دراسات فى الإعلام الإسلامى

« ١ »

إستراتيجية الإعلام الإسلامى

دكتور / جمال النجار

الطبعة الأولى



١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م

دراسات فى الإعلام الإسلامى

« ١ »

إستراتيجية الإعلام الإسلامى

دكتور/ جمال النجار

الطبعة الأولى

١٤١٦هـ - ١٩٩٥م



بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

أهمية البحث :

ازدادت البحوث والدراسات ـ فى الآونة الأخيرة ـ التى تهتم بالبحث فى مختلف جوانب الإعلام الإسلامى ، وأكدت هذه البحوث والدراسات الإعلامية أن الإعلام الإسلامى أصبح علما له خصائصه المميزة ، ونظرياته المستقلة ، وأنه ليس مجرد وجهات نظر إسلامية فى سياسات أو برامج إعلامية دينية تنشر أو تذاع فى وسائل الاعلام فى البلاد الإسلامية كما يدعى البعض .

وإذا كان الإعلام بوجه عام أصبح سلاح العصر الحاضر بلا منازع ، وأن الأسلحة المادية الأخرى تكاد أن تفقد فاعليتها ، فى عالم يموج بالتيارات الفكرية والصراعات الحضارية ، وأصبح الصراع الدائر الآن على الساحة الدولية والإقليمية والمحلية صراعا إعلاميا بالدرجة الأولى فإن على المسلمين أن يتقنوا كيفية استخدام هذا السلاح الاعلامى الفعال واتقان فنونه وآلياته ، وتقنينه ، وكيفية توظيفه لخدمة قضايا المسلمين وتحقيق أهدافهم ، وصيانة حقوقهم أو التعبير عن وجودهم .

فلا يمكن أن تتحقق أهداف الدعوة الإسلامية على المستوى المحلى أو العالمى بدون استخدام الإعلام وتقنياته والسيطرة على وسائله وفهم أبعاده ، فأعداء الإسلام يتربصون بنا من خلال حملات التشويه والتنفير

والدعاية المضادة والدراسات النفسية والاجتماعية التي يقصد بها الإساءة إلى الإسلام كدين وإلى المسلمين كشعوب .

والإعلام الإسلامي بلغة العصر لا يعدو إلا أن يكون امتدادا للدعوة الإسلامية التي انبثقت من شبه الجزيرة العربيـــة تحمل رسالة الإسلام ومضامينه الفكرية والعقدية ، وانداحت في أرجاء الأرض تبشر بهذا الدين الجديد بالكلمة الطيبة والصدق في القول والعمل والمجادلة بالتي هي أحسن وليس باستخدام القوة أو الإرهاب الفكري أو عمليات غسل المخ أو القهر والإذلال الذي مارسه أتباع بعض المذاهب الضالة . أو العقائد المشوهة أو الدعوات المغرضة ، وذلك انطلاقا من قول الله عز وجل : « أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن » (النحل ١٢٥) وقوله : « لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي » (البقرة ٢٥٦) .

وإذا تقررت صلة الإعلام الإسلامي بالدعوة الإسلامية ، فإن النهوض بالإعلام الإسلامي ، والعناية بدراساته والتأصل النظري والتطبيق العملي له ، أصبح ضرورة عصرية ، وضروره فعالة يوجبها الدين ، وتقتضيها ظروف الأمة الإسلاميه ، للتعبير عن أصالتها وفكرها ووجودها وسياستها وأهدافها ، في عالم جديد تصطرع فيه الأفكار والمذاهب والأهداف ، الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والعقدية .

والإسلام دين الإنسانية والدعوة الإلهية ، ونظام البشرية المتميز لذلك كان لابد أن يتميز إعلامه بسمات خاصة ، وأن يكون في مستوى دعوته : دعوة الحق ودعوة التوحيد الخالص ، كما أن الإعلام العربي في مستوى [illegible] العربيين القومية والعنصرية والوطنية

والإعلام الإسلامي هو مسئولية تقع على عاتق كل مسلم ، انطلاقا من

الأمانة التى حملها الإنسان ، وما زال يحملها إلى يوم الدين ، أمانة الكلمة ، أمانة التبليغ ، أمانة الصدق والإبانة والإعلام عن هذا الدين وإنها لمسئولية ضخمة على كل مسلم أدرك نصيبا من العلم بوجه عام . وعلى المهتمين بقضايا العالم الإسلامى بخاصة من الدعاة والإعلاميين والحكام أو القادة ، والمؤسسات والأجهزة الدينية والعلمية .

فالمهمة التى أتى بها محمد صلى الله عليه وسلم مهمة إعلامية بالدرجة الأولى ، فالإسلام دين شامل ، وهو الدعوة العالمية الكبرى التى بعث بها سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم لتكون نظام الإنسانية الكامل فى حياتها الروحية والمادية فى كل زمان ومكان ، وعلى ذلك فإن دعوة الإسلام لا تقتصر على طائفة معينة أو جنس خاص ، أو طبقة دون أخرى ، فهى لكل الأمم وكل الشعوب ، وبهذا لابد من الأخذ فى الاعتبار عند التخطيط للإعلام الإسلامى كافة الشرائح الجماهيرية ، وكل فئات الرأى العام المحلى والاقليمى والعالمى .

حيث نجد فى هذه الآية الكريمة عالمية الدعوة الإسلامية : « يا أيها النبى إنا أرسلناك شاهداً ومبشراً ونذيرا ، وداعيا إلى الله بإذنه وسراجا منيرا » إذا تأملنا هذه الآية الكريمة نجد أن الإعلام كان له دور عظيم فى إنطلاق دعوة الإسلام ونشر مبادئه . بل تكاد المهمه التى كلف بها الله رسوله محمدا صلى الله عليه وسلم مهمة إعلامية بالدرجة الأولى تتضح من هذه الآيات : « إن عليك إلا البلاغ » سورة الشورى ٤٨ وقوله تعالى : « وما على الرسول إلا البلاغ » المائدة ٩٩ « لست عليهم بمسيطر » الغاشية ٢٢ . « فإنما عليك البلاغ وعلينا الحساب » الرعد ٤٠

ومن هنا أدرك الرسول عليه السلام فعالية الكلمة ووقعها وتأثيرها على النفوس ، فراح ينشر الدعوة الإسلامية بالوسائل التى كانت متاحة لديه

من لقاءات شخصية وجماعية وإرسال البعوث والكتب إلى الملوك والأمراء خارج الجزيرة العربية ، وتبعه من بعده الخلفاء الراشدون والصحابة والتابعون مع توالى الزمن ومر العصور .

وهذا البحث الذى نقدمه فى هذه الصفحات يتناول أهمية وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى ، ويتناول رؤية مستقبلية يفيد منها الإعلام الإسلامى فى إنجاز أهدافه والقيام بدوره على أكمل وجه . وأحسن صيغة لأنه من الملاحظ أن الإعلام الإسلامى يعمل فى إطار فردى غير قائم على الترابط والتخطيط بين القائمين به .

مما يجعله غير فعال وغير مؤثر أو غير قادر على تبليغ رسالته والأهداف المنوطة به ، رغم ما تملكه الدول الإسلامية من إمكانات فنية وعلمية وتقنية وشبكات إعلامية واسعة النطاق ، وكوادر إعلامية تستطيع إذا أتيحت لها الفرصة والتخطيط الفعال أن تقدم الإعلام فى بساطته الأولى ، وأن تقدم قضاياه إلى الجماهير المتعطشة إلى التعرف على مبادىء الإسلام السمحة وإلى تلك الجماهير التى تجهل أبسط الحقائق الإسلامية والتى استطاعت الدعاية المغرضة ضد الإسلام أن تشوه أفكاره وحقائقه لتنفر العقول من تقبل الإسلام كدين وكفكر ومنهج حياة .

فالإعلام الإسلامى القائم على الدراسة والتخطيط الجيد قادر على أن يقوم بدور كبير فى تصحيح الأفكار وتغيير المفاهيم وتكوين الرأى العام السليم ، وتهيئة الجو الصالح للمناقشة والحوار ، فالإعلام بوجه عام عامل أساسى وعنصر فعال فى نشر الأفكار وبث المعلومات ، وتربية النشء وخلق الشخصية المعتدلة ، وهذه رؤية من الممكن أن تقدم بعض التوجيهات والرؤى التى يفيد منها الإعلام الإسلامى فى تطور إمكاناته والتعرف على

أحدث الوسائل والنظم التى تؤثر فى الجماهير والتعرف على اتجاهاتها والوصول إليها بسهولة ويسر .

دوافع اختيار البحث :

وقد دفعنى إلى الاهتمام بوضع استراتيجية للإعلام الإسلامى والاهتمام بهذا البحث هو غيرة الباحث الشديدة على هذا التخصص والتفكير المستمر فى مستقبل هذا العالم الإسلامى وسط هذه التحولات الكبرى التى يشهدها العالم المعاصر ، والتى شملت كل ألوان النشاط الإنسانى فى مختلف مجالاته ونظمه سواء أكانت نظما سياسية أو أوضاعا اجتماعية أو مناهج فكرية وثقافية أو وسائل إعلامية أو اكتشافات علمية وغيرها . مما يجعلنا نتساءل أين نحن من هذا التقدم العالمى أو من هذا الطوفان الفكرى والتقنى ؟ وماهو دور الإعلام الاسلامى فيه ؟ وهل من سبيل إلى أن يكون لنا نحن المسلمين إسهام فى توجيهه بما يعود بالخير على عالمنا الإسلامى ، وعلى المجتمع الإنسانى كله ، وهل لدينا من الوسائل والإمكانات الاعلامية تجعلنا ننهض بهذا العبء ونؤدى هذه الرسالة الاعلامية الخطيرة ، أم أننا سنظل فى ساحة المتفرجين ننظر إلى ما يموج به العالم من تقدم فكرى وإعلامى نظرة الحالم المبهور .

من هنا رأى الباحث أن هناك حاجة ملحة لوضع استراتيجية بعيدة المدى للإعلام الإسلامى تسهم فى جذب الملايين من المتلقين الرسالة الاعلامية الإسلامية ، وتساعد الاعلاميين فى إنجاح هذه الرسالة ، بفاعلية وكفاءة .

وذلك بعد أن ازدادت خطوة الاعلام العالمى الموجه إلى العالم الإسلامى واتسع نطاقه ، وتعددت جوانبه وتزايدت هجماته الشرسة على المجتمع الإسلامى وحضارته ووجهت التهم إلى الاسلام وأهله ، وصور

العالم الإسلام بالتخلف والجمود ، وإراقة الدماء والارهاب فى شتى صوره .

وإذا كان الاعلام المعادى للإسلام يستخدم الأقمار الصناعية التى تدور حول الأرض ، وتستخدم فى الاتصالات العالمية ، فمن واجب الإعلام الإسلامى أن يستثمر هذه المخترعات الجديدة لخدمة الإسلام ومبادئه وأهدافه ويساهم فى إعداد المسلم إعداداً كاملا ومتوازنا على أسس منهجية وسليمة بحيث يقوم بإعلامه وتعليمه وتبصيره بأركان دينه وجوهره وعظمته ليتمثل المسلم تاريخ الدعوة الإسلامية وأبطالها ومعطياتها ، وبذلك يكون الإعلام الإسلامى أداة يعطى الدعوة الإسلامية فرصة مواتية لتحقيق عالميتها ولابلاغ رسالتها إلى جميع أركان المعمورة(١) .

لذلك كان لابد من التفكير فى إيجاد إعلام إسلامى على نفس مستوى الإعلام المعادى ليذب عن حياض المسلمين ، ويكشف النقاب عن ما يحاك ضدهم ، ويبيت لهم من غدر وخديعة . ويرد للمجتمع هيبة وأهميته ، وللأمة الإسلامية مكانتها بين الأمم .

وإن كانت هناك محاولات جادة فى هذا السبيل فى معظم البلاد الإسلامية تنم عن نوايا طيبة فى التمسك بالأصالة والرجوع إلى منابع الدين الحنيف ، وتوجهات صحيحة نحو الهدف الذى ترنو إليه الشعوب الإسلامية ولكن لا تزال الإمكانات دون المستوى ، حيث النقص الشديد فى الأجهزة الاتصالية عالية الكفاءة والكوادر المدربه التى تمتلك القدرة على مواجهة الهجمات الإعلامية والدعائية الشرسة التى تتوجه إلى عقل كل مسلم ، وتوجهه الوجهة التى تريدها .

---

(٢) د. إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٧٧ ، ص ٥٦ .

إضافة إلى ذلك عدم استخدام أساليب التخطيط العلمية من أبحاث وإحصاءات، ودراسات ميدانية لتحديد الجمهور والأهداف والوسائل المستخدمة، والمعلومات الكافية عن كل جمهور وكل فئة من الفئات، ولكن لا ينبغى فى هذا الإطار أن نغفل وجود صحوة إعلامية إسلامية تتمثل فى شكل صحف ومجلات ومحطات إذاعيه ومشاريع طموحه من أبرزها إطلاق قمر صناعى مشترك بين الدول الإسلامية، والذى أوصى بأهميته المؤتمر الثانى لوزراء إعلام الدول الاسلامية الذى عقد فى القاهرة فى رجب ١٤١٢ ١٧ يناير ١٩٩١ م، فقد صرح وزير الإعلام المصرى صفوت الشريف فى مجلة المصور عدد ٣٥١٠ الصادر فى ١٧ يناير ١٩٩١ م أنه : « لا بديل أمامنا اليوم عن ضرورة الاعتماد على الذات اعتماداً كاملا، وذلك من خلال تدعيم الأجهزة الاعلامية التى تنشر الخبر الإسلامى، والمعلومات الأساسية عن كل النشاطات الإسلامية داخل العالم الإسلامى، وعلى متابعة أخباره ونشاطاته من خلال أجهزة إعلام موحدة قوية تغنيه عن الاعتماد على الأخبار العالمية، التى تأكد لنا أنها لا تولى هذه الأخبار الاهتمام المطلوب إعلاميا، أو التى قد تلجأ إلى تشويهها أو تلوينها عند تناولها خدمة لأهدافها الاستراتيجية ».

ويجب أن تضطلع أجهزة الاعلام الإسلامية بمسئولية تزويد الرأى العام العالمى بأخبار ونشاطات العالم الإسلامى الصادقة والصحيحة بحيث تكون مرجعا له إذا ما أراد أن يتعرف على كنه هذه القضايا، وما من شك فى أن هذا يتطلب بدوره دعم وكالة الأنباء الإسلامية بالإمكانات البشرية والمادية، وإقامة شبكة من المراسلين عن طريق وكالات الأنباء بحيث تمد الوكالة بنشرات يومية تتولى توزيعها الدول الأعضاء فى المنظمة والعالم الخارجى.

إضافة إلى ذلك يجب دعم منظمة إذاعات الدول الإسلامية، وذلك

باستخدام تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة ، والدخول فى الأقمار الصناعية والعمل على إنشاء إذاعة إسلامية دولية موجهة ذات شخصية مستقلة توجه رسالتها للعالم أجمع وكذلك أنشاء قناة تليفزيونية إسلامية دولية ، باستئجار إحدى القنوات الفضائية أو بإطلاق قمر صناعى إسلامى ومن الأهمية بمكان أن يتم إنشاء بنك للمعلومات الإسلامية يوفر لكل أجهزة الإعلام الاسلامى العاملة فى الدول الإسلامية المعلومة الصحيحة والصادقة عن كل نشاطات العالم الإسلامى وأهم أحداثه . بعد ما تأكد أن مصادر الأخبار العالمية الممثلة فى وكالات الأنباء وشبكات الاتصال الكبرى والأقمار للصناعية لا تولى أخبار العالم الإسلامى، الاهتمام المطلوب إعلاميا . إن ربط الإعلام بالإسلام ضرورة تفرضها طبيعة تأثير الإسلام فى نفوس المسلمين ويفرضها التسليم باهمية تأثير خلفيه المستقبل المسلم الحضارية فى عملية تقبله للرسائل الإعلامية وانفعاله بها(١) .

لقد أصبحنا فى حاجة إلى إعلام إسلامى يعمل على إعادة بناء الإنسان المسلم الذى خضع لا شرس تخطيط لتغريبه وإفقاده صلته بأصوله ولغته وعقيدته وقيمه وتراثه وحضارته ، ابتداء بالاستعمار والاحتلال العسكرى وما فرضه على الأمة الإسلامية من نظم تعليم ومعاملات وممارسات ثقافية وغيرها تبعدها عن مصادر أصالتها وقوتها ونشر بها التخلف والتبعية الدائمة لمحتليها ، وانتهاء بالاستعمار الجديد الاقتصادى والمذهبى والثقافى والاعلامى الذى يسعى لتكريس التبعيه والقضاء على أية قوة تعيد هذا الإنسان عماد هذه الأمة وأملها فى التقدم قوته وإنطلاقه .

لابد من إعادة بناء الإنسان المسلم الذى خربته هذه المخططات الخبيثه

---

(١) د . محمود شريف ، نحو إعلام إسلامى عربى ، القاهرة . دار الثقافة للطباعة والنشر ، ١٩٨١ ، ص ٢٤

والمتآمر على قيم الإسلام ، تلك القيم المستكنه فى جوانبه الكامنة فى ضمائره ولابد من أسلوب إعلامى جديد يسهر على تجليه هذه القيم وإعطائها الفرصة لتكون قيما موجهة وفاعله فى الحياة . فهى جديرة بتحقيق التنمية والعمارة من حث على العلم والعمل إلى الارتقاء بالعمل إلى أرقى العبادات وربط العلم بتحقيق النفع للمجتمع ، وربط الفرد بالمجتمع حتى يكون الإسلام منهج حياته وموجه سلوكه . ومرجعه الأول والأخير فى دينا ودنياه »(١) .

ومن هنا يصح الكشف عن استراتيجية للإعلام الاسلامى ، مهمة إعلامية وإسلامية بالدرجة الأولى .

---

(١) جريدة الوفد مقال بعنوان بناء الإنسان المسلم على قيم الإسلام ، أحمد أمين فؤاد – ٩ يوليه ١٩٩٣ م .



مكونات البحث

وقد احتوى هذ البحث على مقدمة وثلاثة فصول :

الفصل الأول : بعنوان مفهوم الإعلام الإسلامى .

الفصل الثانى : بعنوان الإعلام الإسلامى واقعه وأهدافه .

الفصل الثالث : بعنوان مكونات العملية الاتصالية فى الإعلام الإسلامى

الفصل الرابع : بعنوان استراتيجية الإعلام الإسلامى .

الخاتمة والتوصيات والمراجع والملاحق .



الفصل الأول

مفهوم الإعلام الإسلامى



ما الإعــــلام ؟

أصل كلمة اعلام أنها مصدر من أعلم ومعناها وضع علامة على الشيء لاظهاره وإبرازه وأعلم الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان واستعلمه الخبر أعلمه إياه ، ويقال أيضا تعلم بمعنى أعلم(١) ، والاعلام فى اللغة التبليغ أيضا يقال بلغت القوم بلاغا أى أوصلتهم الشيء المطلوب يقول الله تعالى « ولقد وصلنا لهم القول لعلهم يتذكرون » القصص آية ٥٩ والبلاغ مايبلغك ويصلك فنى الحديث « الشريف بلغوا عنى ولو آية » فاعلم وبلغ وبين وأوصل تعنى إشاعة المعلومات وبثها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس فاعلم معناها أخبر(٢) .

والاعلام هو الذى يدرس اتصال الانسان اتصالا واسعاً بأبناء جنسه ، اتصال وعى وإدراك ، وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل ؟ وما يتصل بهـــذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية ونوعية وما شابه ذلك ، وثمة تعريفات للاعلام عديده فيعرفه ريد فيلد بأنه المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر بينما يعرفه ويفرز بأنه يشمل كافة طرق التعبير التى تصلح للتفاهم المتبادل ، ويذهب لوندبرج إلى القول بأن الاعلام هو فئة فرعية للتفاعل ، أى أنه شكل من أشكال التفاعل الذى يتم بفضل استعمال الرموز ، وهذه قد تكون على شكل إشارات أوحركات أو رسوم أو نحت أو كلمات ، أو أى رمز آخر يمكن أن يدفع إلى سلوك ،

---

(١) محمد ابن أبي بكر عبد القادر الرازى ، مختار الصحاح القاهرة د . ت .
(٢) د . إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ص ١٤ .

لم يكن هذا السلوك يتأثر بالرمز بعيدا عن الظروف المحيطة بالشخص المستجيب أى المتلقى(١).

ويفرق الكتاب الغربيون بوجه عام بين مصطلح الاعلام والاتصال على أساس أن الاعلام يعنى تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التى تساعدهم على تكوين رأى عام سليم فى مشكلة من المشاكل أو واقعه من الوقائع بحيث يعبر هذا الرأى تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها، أما الاتصال فيعنى عملية نقل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات بين طرفين أو من طرف إلى آخر يشترك معه فى نفس العملية، أو هو كما يقول هوفلاند: أن الاتصال يعنى العملية التى ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات عادة رموز لغوية لكى يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلى الرسالة.

فاصطلاح الاتصال حينما يستخدم، فإنه يتناول أى ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأشياء فى أمر معين، فهو يتضمن كل العمليات التى يؤثر بمقتضاها الناس على بعضهم البعض، كما تقول الدكتورة جيهان رشتى إن الاتصال هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها مستقبل ومرسل الرسالة وكائنات حية أو آلات، فى مضامين اجتماعية معينة، وفى هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات منبهات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى محدد أو واقع معين(٢).

هذا فى حين نرى الكتاب المصريين والعرب يستعملون مصطلح

---

(١) د. محمد سيد محمد، المسئولية الإعلامية فى الإسلام، الخانجى القاهرة ط ١/١٩٨٣ ص ٢٨

(٢) د. جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، الفكر العربى ١٩٧٥، ص ٤٣ - ٤٤

الاعلام ، ويقصدون به الاتصال ، ولا يفرقون بين هذين المصطلحين فيقولون وسائل الاعلام على الصحف ، والاذاعة ، الراديو ، والاذاعة المرئية ، التليفزيون ، والسينما وأية وسيلة أخرى ، فكثير من الكتاب يتساهلون فى استعمال الاعلام مكان الاتصال ، بينما يفرقون بين الاعلام والدعاية والاعلان ، مع أن هذا الاستعمال قد أصبح من الأخطاء الشائعة، ذلك لأن هذه الوسائل وغيرها من الوسائل المقروءة أو المسموعة أو الوسائل التى تجمع بين الصوت أو الصوت والصورة مثل السينما والتليفزيون هى فى واقع الأمر وسائل وأدوات للاتصال ، بمعنى أن استخدامها لا يقتصر فقط على مجرد الاعلام بمعنى نقل المعلومات والاخبار بل هى وسائل تستخدم فى الاتصال بجماهير عريضة فى أماكن شتى ، وتنقل لهم العديد من الرسائل فى أنواع وأشكال مختلفة ولأغراض مختلفة ، حيث يمكننا من خلالها وبواسطتها نقل الأفكار والآراء والمعلومات وجميع الأنشطة والوظائف الإعلامية كالترويح والتوجيه والارشاد وغير ذلك .

ما الاعلام الاسلامى ؟

والاعلام الاسلامى هو الذى يلتزم دائما بقيم الاسلام ومعاييره ومبادئه كما أنه يعبر عنها فى كل ما يقدمه للناس من معلومات واقعية أو عناصر خيالية(١) .

ويعرف الاعلام الاسلامى بأنه الاعلام الذى يهدف إلى تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الاسلامى المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلاميه

---

(١) د . إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ، ص ١٤ .

دينية متخصصة أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته ومعاملاته(١) .

ويعرفه باحث آخر بأنه عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الاعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى الاخبارية والإرشادية والترويحية على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من وسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية . وتعتمد على الاعلاميين الملتزمين بالإسلام قولا وعملا وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الاعلام المتخصصة والعامة(٢) .

ويعني أيضا بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة بقصد جلب العقول إلى الحق وإشراك الناس في خير الإسلام وهديه وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم(٣) .

والأصل في الاعلام الاسلامي أنه الاعلام العام غير المتخصص لمجتمع مسلم أو دولة مسلمة أو حكومة مسلمة، ولكن الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم القول بأن الاعـــلام الاسلامي في ظروفنا

---

(١) د محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية مكتبة الخانجي القاهرة ١٩٨٠ م، ص ١٣٧ .

(٢) محمود كريم سليمان، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، القاهرة دار الوفاء ١٩٨٨ ص ٦٣ .

(٣) د . عمارة نجيب، المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي، القاهرة، الفاروق للطباعة ١٩٨٢، ص ١٧ .

المعاصرة هو صورة من صور الاعلام المتخصص وهو الاعلام الدينى(١).

والاعلام الاسلامى يعنى أيضا استخدام منهج إسلامى بأسلوب فنى اعلامى، يقوم به مسلمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الاعلام ووسائله الحديثة، وجماهيره المتباينة، يستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادىء والمثل للمسلمين المسلمين فى كل زمان ومكان فى إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والارشاد لاحداث التأثير المطلوب(٢).

ولا خلاف على أن الاعلام الاسلامى، هو الاعلام الذى يستمد مقوماته الأساسية من تعاليم الاسلام، ويستخدم الجهود الفنية والعلمية المدروسة ووسائل الاعلام الحديثة فى نشر الأفكار والمعلومات الصادقة التى تعمل على تكوين رأى عام يدرك حقائق الدين الاسلامى، ويتأثر بها فى معتقداته وسلوكه ومعاملاته، وإذا كان لفظ الاعلام بهذا الاصطلاح حديثا فإن مضمونه قديم قدم البشرية كلها، وإذا تطورت وسائله فى أيامنا، فإن وجوده لازم لظهور الدعوات والأفكار والرسالات، وكل دعوة أو فكرة أو فلسفة لها اعلامها الخاص ووسيلتها المتميزة(٣).

---

(١) د. محمد سيد محمد، المسئولية الإعلامية فى الإسلام، مرجع سابق، ص ٣٦.

(٢) د. عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى القاهرة عالم الكتب ١٩٨٥، ص ٢٩.

(٣) د. منير حجاب، مبادىء الإعلام الإسلامى، الإسكندرية المطبعة المصرية ١٩٨٢م، ص ١٢، الوعى الإسلامى، عدد ٣١٥ شوال ١٤٢٢، ابريل ١٩٩٢م.

ورسالة الإسلام هى الرسالة العامة إلى كل الخلق ، وأن الرسالات السابقة تعتبر تمهيدا للإسلام ومع هذا الترابط بين دعوات الله فى الناس فإن الدعوة الإسلامية تتميز عن سائر الدعوات الالهية بميزات نرى أنها تمثل سمات الاعلام ومنها :

١ - أن الاعلام الاسلامى وسيلة لدعوة اكتملت فيها نعمة الله باكتمال دعوته فى العالمين ، ومناسبتها للرقى الإنسانى فى أرقى مظاهرة فى كل زمان ومكان .

٢ - أن الاعلام الاسلامى يحقق التعادلية بين المادة والروح فى الحياة الفردية والجماعية ، وبذلك يخالف الماديين الذين يتجهون إلى نيل أكبر قسط من المادة مع إغفال كثير من المعانى الإنسانية ، ويخالف الروحانيين الذين ينادون بقتل النفس بالزهد والحرمان .

٣ - إن الاعلام الإسلامى ينبع من شمول التشريع الإسلامى لأنواع الناس ولكافة مراحل تطور الانسان ، وبذلك تشمل كيان الفرد كله والمجتمع بأسره ولا تفرقه بين ذكر وأنثى ولا ميزة للون أو الجنس أو لعارض من عوارض الدنياء وبذلك يسعى الاعلام الإسلامى لتحقيق الاخاء والعدل والحرية والمساواه .

٤ - يراعى الاعلام الإسلامى طبيعة الإنسان ، ويتـــفق مع فطرته فى كل أمور دينه ودنياه(١) ويخاطب العقول ويقنعها بالدليل ، على نقيض ما يحدث اليوم فى النظريات الاعلامية الأخرى فى أنحاء من ضغوط على الجماهير لاعتناق أفكار معينة ، والايمان بمعتقدات جديدة وعلى نقيض

---

(١) أمينة الصاوى و د . عبد العزيز شرف نظرية الإعلام فى الدعوة الإسلامية القاهرة . مكتبة مصر ١٩٧٧ ص ١٩٨ - ١٩٩ .

ما يسميه عالم النفس الهولندى ميرلو بأساليب قتل العقل ، وهنا يصبح الاعلام الإسلامى هو النموذج الأمثل فى تحقيق ما تدعى إليه النظريات الإعلامية من جعل الاعلام يزود الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التى تساعدهم على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأى تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم(١) .

الإعلام والدعوة والدعاية

تحدث البحث عن ماهية الاعلام بوجه عام والاعلام الإسلامى بوجه خاص فهل الاعلام الإسلامى هو الدعوة الإسلامية ؟ أم أن هناك فرقا بينهما ؟ وما العلاقة بين الدعوة والدعاية ؟ الدعوة مشتقة من الفعـــل دعا يدعو دعاء ودعاوه ودعاية بمعنى حث وطلب ورغب فدعاه إلى الأمر يعنى ساقه إليه وحثه عليه ، وللدعوة الإسلامية معنيان المعنى الأول رسالة الإسلام وما تتضمنه من عقيدة وشريعة وقيم وأخلاق وسلوك ، والمعنى الثانى هو التبليغ أو إيصال هذه الرسالة إلى الناس وحثهم على فهمها والايمان بها واتخاذها معيارا لسلوكهم فى الحياة .

ويقصد بالدعوة الإسلامية الدعوة إلى الله وإلى دينه الحنيف(٢) وهى الجانب التبشيرى بالعقيدة وهى تكاد توازى مفهوم الاعلام ، لأن الدعوة هى الاعلام بالإسلام والتعريف به ، ويعد تعبير الدعوة أكثر

---

(١) المرجع السابق ص ٣٠٠ .

(٢) د . إبراهيم إمام أصول الإعلام الإسلامى مرجع سابق ص ٢٣ .

التعبيرات استخداما ولا سيما فى الكليات الجديدة التى تنشأ فى الجامعات الإسلامية تحمل اسم الدعوة(١) .

ومصطلح الدعوة أقدم من مصطلح الاعلام ، وكان القدماء منذ ظهور الرسول صلى الله عليه وسلم ، لا يعرفون مصطلح الاعلام أو الاتصال بأنواعه الشخصى والجمعى والجماهيرى ، واستخدموا مكانه المصطلح المعروف عندهم وهو مصطلح الدعوة ، والدعوة إلى شىء هى الترغيب فى هذا الشىء أو بمعنى آخر الدعاية له ، ويعرف الدكتور عبد اللطيف حمزة الدعوة : بأنها الجهود التى يبذلها أصحاب الأفكار الجديدة أو العقائد الجديدة أو المذاهب الجديدة ومن أعظم الأمثلة عليها الدعوة التى أتى بها الرسول صلى الله عليه وسلم لنشرها وهى دعوة الإسلام ، ثم يفرق بين هذا التعريف تعريف الدعوة وبين الاعلام بأن الاعلام هو الجهود التى يبذلها الناس لتأييد هذه الأفكار أو العقائد أو المذاهب ، ويقول : إن الاتصال فى الإسلام من بهذه الأطوار الثلاثة الأول طور للدعوة الإسلامية وهو خاص بحياة النبى صلى الله عليه وسلم وبه سميت جميع الجهود التى بذلها فى سبيل هذا الدين الجديد ، الثانى طور الاعلام وبه سميت معظم الجهود التى بذلها الخلفاء الراشدون وهم الذين كانت حياتهم فى جملتها صورة من حياة الرسول ، أو على الأقل حرصوا كل الحرص على أن تكون حياتهم كذلك ، الثالث طور الدعاية ، وعليه قامت الخلافة الإسلامية الأموية إلى يومنا هذا(٢) .

---

(١) د . محمد سيد محمد المسئولية الإعلامية فى الإسلام ، مرجع سابق ص ٤٧

(٢) المرجع السابق ص ٤٨ د . عبد اللطيف حمزة الاعلام فى صدر الاسلام ط ٢ ، القاهرة دار الفكر العربى ١٩٧٨ ص ١٠٤ ، ١٠٧ ، ١٠٨ .

وكلمة دعاية مشتقة أيضا من نفس الفعل دعا يدعو بمعنى الاستمالة والترغيب والتحبيب والحث ولنشر القيم والمبادىء ورغم أن هذه الكلمة استخدمت استخداما طيبا فى القرآن الكريم وأحاديث النبى ورسائله إلى المقوقس حاكم مصر ، وكسرى ملك الفرس ، والنجاشى ملك الحبشة ، وتكررت كلمة دعايه فى رسائل النبى فى دعوته إلى الإسلام ، وكانت كلمة الدعاية تحمل أطيب المعانى وأجلها . وظلت من الكلمات الطيبة ، ولا زالت تحمل المعانى فى المفهوم الإسلامى ، فالدعوة فى الإسلام اعلام بطريق الحق والهدى وإرشاد إلى مبادىء الدين ، ومنها قوله تعالى : وداعيا إلى الله بإذنه وسراجا منيرا أى معلما كاشفا طريق الحق والرشاد(١) .

فالدعوة تعنى فى الغالب نشر فكرة معينة بهدف إقناع الآخرين بها مستخدمين فى ذلك الحجة والمنطق ، والتفكير العلمى السليم وهذه الفكرة تكون غالبا ذات مضمون دينى أو عقائدى أو سياسى معين(٢) .

ويعرف أحد الدعاة الدعوة بأنها عملية إحياء لنظام ما لنقل الأمة بها من محيط إلى محيط ، والدعوة الاسلامية على هذا حركة احياء للنظام الالهى الذى أنزله الله عز وجل على نبيه الخاتم ، هذا النظام الالهى قد اتخذ له مجرى فى الحياة الانسانية فكان له تاريخ يحفظ للدعوة منهاجا ودعاة حملوها للناس بمنهاجها الفاصل ، وكان لها غايات حققت بها للبشر حياة ربانية(٣) .

---

(١) د . إبراهيم إمام - أصول الأعلام الاسلامى مرجع سابق ص ٢٧ ، د . عمارة نجيب الإعلام فى ضوء الاسلام ط ١ الرياض ١٩٨٠ ص ١٥ .

(٢) د . السيد عليوه استراتيجية الاعلام العربى ، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠ ص ١٧٢ .

(٣) د . رؤوف شلبى الدعوة الاسلامية فى عهدها المكى ، منهاجها وغاياتها القاهرة ١٩٧٤ ص ٢٠ .

أما الدعاية فهى فى الغالب تستخدم للترويج لوجهة نظر معينة بغرض اكتساب الأنصار لها ، وهى ليست إلا تسلطا على الأفراد بوضعهم أعضاء فى مجتمع إبتغاء السيطرة على أفكارهم وأفعالهم وتوجيهها وجهة معينة ، والدعاية لا تقول الحق دائما ، ولا تجرى على وتيرة واحدة ، بل تتنوع وقد تؤثر بطريقة لا شعورية وقد تجرى بالحديث وبالقدوة وضرب المثل الصالح ، والدعاية تستخدم فى التجارة والسياسة وفى نشر الأديان أيضا(١) .

فالدعاية هى محاولة التأثير فى أفكار الناس وحفزهم إلى سلوك معين مرغوب فيه من وجهة نظر القائم بالاتصال « الداعية » أو المصدر الذى يوجه الرسالة الاعلامية ، يقول : والترلمان : « إن الدعاية هى محاولة التأثير فى نفوس الجماهير والتحكم فى سلوكهم لأغراض غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها فى مجتمع ما وفى زمن معين أما الندلى فريزو فيقول : « إن الدعاية نشاط أو فن إغراء الآخرين بالتصرف بطريقة معينة بحيث أنهم ما كانوا ليتصرفوا بها فى حالة غياب هذه الدعاية » ويقول فريزر أيضا : « إن الدعاية ليست محدودة النطاق بمجال خاص من مجالات الحياة ، رغم أن أهم مجال تستعمل فيه هو المجال الذى يتعلق بالسياسة الدولية(٢) .

وقد عرفت الدعاية منذ فجر التاريخ وكانت الخطابة اليونانية القديمة وسيلة من وسائلها ، واعترف أفلاطون بقيمة الخطابة ، فى ميدان الدعاية السياسية وكذلك كان الشعر عند اليونان القدماء أما العرب فقد كان اعتمادهم على الشعر فى الدعاية أكبر من اعتماد غيرهم من الأمم ، وذلك

---

(١) د . السيد عليوة استراتيجية الاعلام العربى مرجع سابق ص١٧٣ .

(٢) د . إبراهيم ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة — مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٥ — ط ٢ ص ١٢ ، ٢٣ .

باستثناء اليونان والرومان القدماء ، وهم الذين اتخذوا من الشعر الحماسى فى كل من الإلياذة والأوديسا وسيلة لإثارة الجماهير وألهاب مشاعرهم .

وأما فى المجال الدينى فقد لعبت الدعاية دورا خطيرا وفى عهد البابا جريجوار السابع عقد مؤتمرا لنشر الدعاية للمذهب الكاثوليكى ويقال إن من هذا المؤتمر أخذت كلمة الدعاية معناها فى اللغات الأوربية الحديثة . هذا فى التاريخ الأوربى ، أما فى التاريخ الإسلامى وفى الحروب الصليبية بنوع خاص فقد لعبت الدعاية دورا أهم ، حيث أن فكرة الحرب اشترك فى الترويج لها فقهاء الدين عن طريق « القصص الدينى » الذى كان يلقى على الجنود فى الميدان ، وكان يقوم به رجل من أخطر موظفى الدولة وهو القاضى وكما اشترك فى الترويج لها كذلك الأدباء من شعراء وكتاب وخطباء أثاروا الحمية فى النفوس ، واشعلوا نار العصبية الإسلامية حتى تسابق الجند إلى الاستشهاد فى سبيل الله وباعوا أنفسهم رخيصة من أجله(١) .

ومنذ بداية الحرب العالمية الأولى ،وفى أثناء هذه الحرب ظهرت الحاجة ماسة إلى الدعاية السياسية ، وتطورت الدعاية حتى أصبحت علما من العلوم له قواعده وأصوله ولذلك فالدعوة تختلف عن الدعاية بمعناها الحديث على الرغم من الأصل اللغوى لكل منهما ، ذلك أن الدعاية تخاطب العواطف والمشاعر فى معظم نشاطها وكثيرا ما تستند إلى الخيال وتعمل على فرض وجهة نظرها على الجماهير حتى وإن أخفت وجهة النظر الأخرى ، وتستغل سلبية الناس وتعمل على استهوائهم ، ولا تحفل بإيقاظ عقولهم واشراكهم فى الأمر وقد تشوه الحقائق وتزيف المفاهيم ، وتعبث بالأرقام أما الدعوة فليست هكذا . . بل أنها لا تنهج هذا النهج السيء .

---

(١) د . عبد اللطيف حمزة ـ الإعلام والدعاية ـ بغداد مطبعة بغداد ١٩٦٨ ص ٢٥٩ : ١٦٠

وقد اكتسبت الدعاية هذه المعانى والأوصاف السيئة بعد الحرب العالمية الثانية فشوه هتلر معناها فى حربه الدعائية ضد الحلفاء على يد وزير دعايته جوبلز ونحت الدعاية بعـــد ذلك منحى آخرا خرج بها عن معناها الأصيل(١) .

ويمكن بيان الفرق بين الدعوة والدعاية فى العناصر التالية :

١ ـ الدعوة تستعمل الخطاب المنطق فى الوصول إلى أغراضها أما الدعاية فتعمل على خلق شحنة انفعالية .

٢ ـ الدعوة تفترض علاقة روحية معينة وانتماء عقديا معينا فلا تتوجه إلا إلى شخص يؤمن أو على استعداد لأن يؤمن ، على خلاف الدعاية التى تتجه إلى شخص يقتنع أو على استعداد لأن يقتنع .

٣ ـ هذا الانتماء العقدى فى الدعوة يفسر ويفرض تقبل الرسالة فى كلها وكلياتها ، وابتداء من هذا القبول ينبع الإيمان بالجزئيات . على سبيل المثال فالمؤمن بالإسلام لا يمكن أن يناقش لماذا يتجه بالصلاة إلى الكعبة ، لأن هذه الجزئية تنبع من إيمانه بالعقيدة ، ومن ثم يرتبط بها روحيا فى كلياتها الأمر الذى يفرض عليه احترام الجزئيات دون مناقشة ، أما الدعاية فهى تبدأ من الاقتناع بالجزئيات لأن الدعاية منطق مفترض ، ومجموعة من الحجج الجزئية الفرعية التى من خلال الاقتناع بها ، لابد أن ينتهى الفرد بتقبل وجهة نظر معينة .

٤ ـ هناك علاقة عاطفية ونوع من الولاء بين من تتوجه إليهم بالدعوة

---

(١) د . محى الدين عبد الحليم ـ الاعلام الاسلامى ـ الاصول والقواعد والاهداف بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الإسلامى المنعقد فى مركز صالح كامل بجامعة الأزهر ـ ذى القعدة ١٤١٢ مايو ١٩٩٢ م ص ٤ ، ٥ .

أما الدعاية لاتفرض أية علاقة ولاء ، ولاتفترض أية علاقة روحية مسبقة بين متلق الدعاية ومصدر الدعاية .

٥ ـ الدعوة تقوم على الصراحة وتسعى إلى الحقيقة ، أما الدعايه لاتتورع عن الكذب إذا كان ذلك يوصل إلى الهدف التى تصبو إليه ، وتخلق جوا من الاغراء والاستهواء بعض النظر عن الموضوع الذى ترمى إلى الاستمالة إليه(١) .

الدعاية والإعلام

والدعايه فن من فنون الاتصال بالجماهير ، ويعرف العالم السياسى الأمريكى لاسويل الدعايه : بأنهـــا التعبير عن الآراء أو الأفعال التى يقوم بها الأفراد والجماعات عمدا على أساس أنها ستؤثر فى أراء أو أفعال أفراد آخرين ، أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقا وذلك من خلال مراوغات نفسيه .

ويرى ليونارد دوب العالم الأمريكى الشهير أن الدعايه هى محاولة للتأثير على الشخصيه والتحكم فى سلوك الأفراد والإشارة إلى الأهداف التى تعتبر غير علميه أو ذات قيمه مشكوك فيها فى مجتمع ما وفى زمن معين(٢) .

وأصل كلمه الدعايه Propaganda الكلمة اللاتينيه من الفعل Propgare بمعنى بذر البذور كناية عن نشر المذهب لكى تنبت بذوره وتخضر وتزدهر وتتكاثر وهذا هو المعنى الاصطلاحى عند المسيحيين منذ أن أنشأ البابا

(١) د . السيد عليوه استراتيجية الاعلام العربى مرجع سابق ص ١٧٤ .

(٢) د . شاهيناز طلعت ـ الدعاية والاتصال ـ دراسة نظرية تطبيقية على الوثائق السرية البريطانية عن ثورة مصر ١٩١٩ ، القاهرة ، الانجلو المصرية ١٩٨٧ ص ١٥ ـ ١٦ .

إيربان الثامن مجلس الدعاية لنشر العقيدة الكاثوليكية ١٦٣٣ لمواجهة الحركات البروتستانتية المتأثرة بالعلاقات مع المسلمين منذ الحروب الصليبية ، والاحتكاك بالحضارة الإسلامية وخاصة فى الأندلس وصقلية .

غير أن هذه الكلمة تلقفها المسيحيون والشيوعيون والنازيون والفاشيون وغيرهم وأساءوا استخدامها ، فرؤساء المسيحيين يستخدمونها بمعنى التبشير ، فعندما ظهرت التعاليم البروتستانتية المسيحية ، وهى حركة إصلاحية متأثرة بالإسلام من حيث التوحيد ورفض التثليث وعدم الإيمان بتحول القربان من خبز ونبيذ إلى جسد المسيح ودمه باعتبارها خرافة ، قرر أحد الكرادلة الاهتمام بمسائل الاعلام والنشر ، كأدوات لإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية ورد لهم البروتستانيون الاصلاحيون الصاع صاعين(١) .

ويلاحظ الاختلاف فى اتجاهات وأراء علماء الغرب فى مفهوم الدعاية عن اتجاهات وأراء علماء الدول الشيوعية والديكتاتورية ، والسبب فى ذلك يرجع إلى اختلاف الأنظمة السياسية والاقتصادية المعمول بها فى كل من هذه الدول .

يعرف القاموس السياسى السوفييتى الدعاية بأنها شرح مركز لكتابات ماركس وإنجلزولينين وستالين وهى شرح لتاريخ الحزب البلشفى ولأعماله(٢) ، فالدعاية عند الشيوعيين تعنى تلقين المذهب الشيوعى ونشره بين الناس ، وهم يرون أن التعليم والدعاية والاعلام شىء واحد ، وليست الدعاية عندهم إلا توضيح لأفكار الزعماء الشيوعيين و توجيهاتهم،

---

(١) د . إبراهيم إمام - أصول الاعلام الاسلامى - مرجع سابق ص ٢٧
(٢) د شاهيناز طلعت - الدعاية والاتصال - مرجع سابق ص ١٧

ولذلك فالدعاية لدى الشيوعيين لها احترامها وقداستها(١)

والدعاية تختلف عن الاعلام فى أن الاعلام يلتزم بالموضوعية والحيدة التامة فى نقل المعلومة أو الخبر عبر وسائل الاعلام المختلفة ، أما الدعاية فتتبنى وجهة نظر معينة أو مبدأ معين تحاول إقناع جمهور المستقبلين أو المتعرضين لها ، أو الذين تستهويهم بهذا المبدأ ، وتسوق فى سبيل ذلك الأدلة والبراهين والحجج المنطقية ، كما تستخدم الأرقام والإحصاءات والرسوم إلى جانب إثارة بعض العواطف المعينة والمناسبه للرسالة التى تبثها وللجمهور المستهدف . أما الاعلام فلا مصلحة للقائم به ، ولا يتحيز لوجهة نظر معينة ، حيث لا يهم مذيع نشرة الأخبار تصديق المستمعين لأخباره أو تكذيبهم بها ، وإن كان هذا لا يعنى إغفال رجع الصدى أو ردود الفعل فى عملية الاتصال فى مختلف أشكاله وأنواعه(٢) .

يتسم الاعلام بالصدق والدقة والصراحة ، وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف بعكس الدعاية التى لا تتوخى هذه الجوانب فالاعلام يتصف بأنه التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها ، فالنشاط الاعلامى نشاط موضوعى ليس نشاطا ذاتيا بشخصية الاعلاميين القائمين بالنشاط الاعلامى : أما الدعاية فهى محاولة التأثير فى نفوس الجماهير والتحكم فى سلوكهم لأغراض غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها فى مجتمع ما وفى زمن معين ، فهى محاولة منظمة

---

(١) المرجع السابق ص ٢٧ .

(٢) د . عبد الوهاب كحيل ـ الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الاسلامى مرجع سابق ص ٤٧ .

من جانب شخص أو أشخاص أو مؤسسات للسيطرة على اتجاهات الأفراد والجماعات عن طريق الايحاء بغية التحكم فى سلوكهم(١) .

الدعاية والتعليم

وعلى الرغم من الفرق الشاسع بين التعليم الذى يسعى لتدريب النشىء على كيفية التفكير المنظم وبين الدعاية ، إلا أنه فى بعض الأحيان يستخدم التعليم كأداة من أدوات الدعاية ، ففى أوربا بعد الحرب السبعينية نجد أن كلا من فرنسا وألمانيا ، تغرس فى نفوس التلاميذ كراهية طلاب الدول الأخرى ، فأصبحت المدرسة وسيلة لتلقين الكراهية بدلا من العلم(٢) ،

والواقع أن التعليم فى حقيقته يمكن أن يكون نوعا متساميا من الدعاية يستهدف مصلحة المجتمع وخير المواطنين ذلك أن التعليم والدعاية يلتقيان سويا عند الهدف الذى يسعى كل منهما إلى تحقيقه فى محيطه الخاص وإن اختلفت بعد ذلك الأساليب .

فالتعليم يهدف إلى طبع الأفراد بطابع خاص يؤدى بهم إلى نوع من السلوك يطابق تقاليد المجتمع ، ويتمشى مع روحه ، حتى يستطيع الفرد مع الزمن أن يكون ذا رأى خاص فى حكمه على الأشياء دون تحيز أو محاباة (٣) .

فالتعليم نمط مؤسسى من أنماط التربية يتم داخل مؤسسات رسمية معروفة تتخذ من هذه العملية رسالة أساسية لها ، ويتخذ منها المجتمع وسائل

---

(١) د . إبراهيم ـ الاعلام واتصال بالجماهير ـ القاهرة ١٩٧٥ ط ٢ ص ٢١،٧/

(٢) المرجع السابق ص ١٢ ـ ١٥

(٣) د . السيد عليوة استراتيجية الاعلام العربى مرجع سابق ص ١٨٠

ذات وسائل تكفل له إعداد الشيء وفق ما يريد(١) . بعكس الدعاية التى يمكن أن تنطلق من مؤسسات أو هيئات مجهولة المصدر أو مغرضة أو ذات أهداف لا تتوافق مع هوية المجتمع وتنمية أفراده وأهدافه القومية والتربوية . والتعليم يهدف إلى تحرير أفراد المجتمع من أغلال الجهالة وحرية البحث عن الحقيقة ، والعمل على توفير الفرص أمام الموهوبين واستغلال طاقتهم وقدراتهم على أكمل وجه ، وأفادة المجتمع البشرى من جراء هذه العملية وهذا ما لا يمكن أن تعمل له الدعاية .

الدعاية والثقافة

بينا معنى الدعاية فما معنى الثقافة ؟ الأصل الأول لكلمة الثقافة هو الفلاحة أو الزراعة فى اللغة الإنجليزية والفرنسية . . . وقد تتسع الثقافة فى اللغة الانجليزية فتعنى بجانب ذلك التربية بشكل عام ، تربية الإنسان إلى جانب شمولها غير الإنسان من زرع وحيوان ، فصارت تعنى أخلاق الناس وعاداتهم ـ نحو أى شىء يحتاج إلى رعاية خاصة ـ تحسين وضع الإنسان بالدراسة ، ثم زادت الكلمة اتساعا فصارت تعنى فيما تعنيه ـ تهذيب ـ تثقيف العقل وصار معنى ثقف الرجل من باب ظرف صار حاذقا خفيفا فهو ثقف بقدر ما لديه من علم وذوق وفنون جميلة وصارت الثقافة تعنى العلوم والمعارف والفنون التى يطلب الحذق فيها(٢) .

---

(١) د . مصطفى رجب ـ الاعلام التربوى فى مصر واقعه ومشكلاته ـ القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٨٨ ص ٨ .

(٢) د . عبد الغنى عبود ، الحضارة الإسلامية والحضارة المعاصرة القاهرة ، دار الفكر العربى ط ١ ، ١٩٨١ ص ١٨ - ١٩ . مختار الصحاح للشيخ الإمام=

وتعرف الثقافة أيضا بأنها مجموع المعارف المكتسبة من تعليم ومهارة . ويرى الدكتور محمد سيد محمد أن الثقافة تعبير عن الفكر الانسانى وتنمية لهذا الفكر بمختلف الوسائل المتاحة فى المجتمع(١) .

وتعرف الثقافة الإسلامية ، بأنها الثقافة المشتركة للشعوب الإسلامية والتى وإن اختلفت صورها من مجتمع إلى مجتمع ومن جيل إلى جيل آخر إلا أنها تشترك فى السمات الإسلامية ، ولا تتعارض مع العقيدة الإسلامية وما عداها لا ينتمى إلى الثقافة الإسلامية وإن ظل إلى جوارها(٢) .

وتستهدف الثقافة التكوين المعنوى للكائن البشرى ، بينما تستهدف الدعاية الإخضاع والتأثير ، فالثقافة نمط من العيش والفكر والسلوك درجت عليه الجماعة ، ذلك النمط يختلف من جماعة لأخرى ومن شعب لآخر فى مرحلة زمنية معينة ولذلك فالدعاية تستغل ألوان الثقافة المختلفة لتحقيق أغراضها كالقصة ، والمسرحية ، والأقصوصة ، وغيرها ، فكل لون من هذه الألوان يمكن أن يكون مجالا خصبا لرجل الدعاية التى يتخذها وسائل للتأثير على الجماهير .

فالفرق بين الدعاية والثقافة هو فرق فى مضمون كل منهما فالدعاية

= محمد أبى بكر بن عبد القادر الرازى ، القاهرة مكتبة الحلبى ١٩٥٠ ، ص ٩٩ ، المعجم الوسيط ، قام بإخراجه إبراهيم مصطفى وأخرون وأشرف على طبعه عبد السلام هارون جـ ١ ، مجمع اللغة العربية ١٣٨٠ هـ - ١٩٦٠ م ، ص ٩٨

(١) د محمد سيد محمد ، الإعلام والتنمية ط ٢ القاهرة ، دار المعارف ١٩٧٩ م ص ٤٥

(٢) د . محمد سيد محمد ، المسئولية الإعلامية فى الإسلام مرجع سابق ص ٥٣

تعمل على اعتناق آراء يختلف عليها الناس ، ولكن الثقافة تنقل حصيلة الإنسان فى العلوم من جيل إلى جيل ، وتلك الحصيلة هى أمور متفق عليها ومسلم بها(١) . وموجودة فى نفوس وعقول الجماهير ، نتيجة للتفاعل المستمر ، بوسائل الاتصال من إذاعة وصحافة ووعظ وإرشاد ، وتجارب الحياة الاجتماعية نفسها ، فهى أمور متوازنة ولكل مجتمع من المجتمعات أيضا ثقافته مهما كانت الظروف المحيطة بهذا المجتمع ، فالثقافة بالنسبة للفرد مرادف للشخصية ، والثقافة بالنسبة للمجتمع مرادف للشخصية القومية التى يتميز بها هذا المجتمع عن غيره من المجتمعات إنها ذلك النسيج الكلى المعقد من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والاتجاهات والقيم وأساليب التفكير والعمل وأنماط السلوك ، أو هى جميع طرائق الحياة التى طورها الناس فى المجتمع وكذلك المنتجات المادية(٢) .

أما الدعاية فهى فى الغالب تستخدم للترويج لوجهة نظر معينة ولأفكار معينة ، عن طريق التسلط على الجماهير ابتغاء السيطرة على أفكارهم وأفعالهم ، وتوجيههم وجهة معينة .

أساليب الدعاية

وتتخذ الدعاية أساليب عديدة ، فليس للدعاية فى حد ذاتها طريقة أساسية ، إن لها فقط هدفاً وهو إخضاع الجمهور ، وتعتبر كل الوسائل التى تخدم هذا الهدف وسائل جيدة ، والدعاية الناجحة سواء فى ميدان السياسة أو التجارة ، هى الدعاية التى تدفع الشخص أو الجماعة المستقبلة

(١) د . السيد عليوة ، استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ، ص ١٨١ .

(٢) د . عبد الغنى عبود ، الحضارة الإسلامية والحضارة المعاصرة ، مرجع سابق ، ص ٢١

لها إلى سلوك معين ، إما أن يلتوى تأثير الدعاية عند الاستقبال السلى لمضمونها فيعنى ذلك الفشل بعينه(١) .

وتعتمد الدعاية فى تحقيق السلوك المطلوب على مخاطبة العواطف والإيحاء والإثارة والإستهواء أكثر من مخاطبتها للعقل والاقناع بالمنطق ، فالداعية لا يرمى إلى الإقناع بقدر ما يرمى إلى الإغتصاب النفسى والسيطرة على السلوك والظفر بتأييد الجماهير بأى ثمن وبأية وسيلة ، ولذلك يلجأ الداعية فى معظم الأحيان إلى نشر الأكاذيب ، والتهويل فى الأخبار وبذل الوعود الكاذبة والأحلام التى يستحيل تحقيقها . ولقد كانت الدعاية الألمانية التى خطط لها وقادها جوبلز وزير الدعاية النازى خلال الحرب العالمية الثانية ، نموذجا فذا فى أساليب الدعاية التى عرفت فى التاريخ وقد اعتمد جوبلز على إثارة القلق واستعمال الشعارات الإنفعالية وإتقان خطط التوقيت فى إثارة الانفعالات والغرائز(٢) .

إن للدعاية أساليب فنية رغم أن هناك فريقا من العلماء والكتاب يرون أن هناك أساليب علمية تكتيكية يجب اتباعها فالبعض يرى أن الغاية تبرر الوسيلة ، فكل ما يحقق أهداف الدعاية يعتبر من وسائلها الفنية ، لكن قد يضطر القائم بالدعاية إلى إتباع أساليب احتيالية وأحيانا قهرية فضلا عن ذلك فالإقناع أسلوب مهم من أساليب الدعاية غير أنه ليس الأسلوب الوحيد فأحيانا تستخدم أساليب قهرية وأساليب تكون القوة فيها أهم شىء(٣) ويمكن ذكر أساليب الدعاية فى العناصر التالية : —

---

(١) د. شاهيناز طلعت ، الدعاية والاتصال ، مرجع سابق .
(٢) د . إبراهيم إمام الإعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع ، ص ٤٠
(٣) د . شاهيناز طلعت ، الدعاية والاتصال ، مرجع سابق ، ص ٢٢
د . إبراهيم إمام أصول الإعلام الإسلامى ، .... ص ٢٩

١ - الضغط النفسى والعقلى والثقافى والعاطفى .

٢ - إثارة القلق واستعمال الشعارات الإنفعالية .

٣ - زرع المعتقدات الجديدة والترويج لها .

٤ - نشر الأكاذيب والتهويل فى الاخبار وبذل الوعود الكاذبة التى يستحيل تحقيقها .

٥ - استغلال وظائف التربية والتعليم لأغراض الدعاية من أجل احكام التأثير فى الأجيال الجديدة .

٦ - استخدام أساليب العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية فى المعاملة مع الجماهير

٧ - تحويل مفاهيم الجماهير نحو الوجهة التى يبتغيها الداعية .

٨ - اتباع أساليب المراوغة بهدف تغير الأفكار والآراء .

٩ - التجديد والابتكار والتغيير المستمر .

١٠ - استخدام بحوث علم النفس الاجتماعى للوصول إلى أهدافها .

١١ - خفة الروح والدعاية والنكتة .

١٢ - التحريف والتشويه والحذف والتلاعب بالحقائق .

١٣ - الملاحقة والتكرار الكثير للأفكار القليلة .

١٤ - البساطة فى الشعارات والقوة فى الرموز .

١٥ - انتهاز الفرصة والمفاجأة والترويج للشائعات ومسايرة الرأى العام وأسلوب الصمت أحيانا ، وأسلوب تحويل الأنظار وغير ذلك من الأساليب الملتوية .

* * *

الإعلام والدعاية :

انتشر الإعلان فى وسائل الاتصال الجماهيرى فى العصر الحاضر انتشارا كبيرا ، لأنه يمثل واحدا من أبرز المصادر للتمويل والدخل لمشروعات كثيرة مثل وكالات الإعلان المتخصصة ودور الصحف والمجلات ووسائل النشر والإعلام المختلفة .

ويعرف الإعلان : بأنه عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتر على أساس غـــير شخصى ، حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة .

وثمة تعريف يقول الإعلان هو فن اغراء الافراد على السلوك بطريقة معينة وهو عملية اتصال غير شخصى من خــــلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة إلى فئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته فى الإعلان(١) .

والإعلان يختلف عن الإعلام فى طبيعته وأهدافه ، وهو أقرب إلى الدعاية من الإعلام ، فهو وسيلة من وسائل الدعاية التجارية لتسويق السلع والمنتجات ، وفى المجتمعات الرأسمالية التى تقـــوم على الاقتصاد الحر والمنافسة ، يصبح الاعلان ضرورة لاغنى عنها للبقاء فى السوق ، ولذلك يلعب الإعلان دورا خطيرا فى تلك المجتمعات ، أما فى المجتمعات الاشتراكية فالإعلان له دور خاص يتمشى مع طبيعة الاقتصاد الموجه ، والنشاط القائم على التخطيط والإعلان يتوجه فى معظم الإحيان إلى الغرائز والانفعالات وليس إلى فكر الإنسان وعقله(٢) .

---

(١) د على السلمى ، الإعلام ، القاهرة ، مكتبة غريب ، ١٩٧٧ ، ص ١٠

(٢) د . إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ، ص ٢٩
الإعلام والاتصال بالجماهير مرجع سابق ص ١٧

ولاينكر أحد أهمية الاعلان فى التعريف والاشهار والترويج للسلع والخدمات ، سواء فى إطار نظم الاقتصاد الرأسمالى أو الاقتصاد الموجه ، ولكنه كثيرا ما يتجاوز هذا الدور بحكم مايلجأ إليه من وسائل وأساليب فتراه يخلق احتياجا لبعض السلع والخدمات بدون مبرر أو لايتناسب مع الظروف الاجتماعية والاقتصادية السائده فى المجتمع ويشجع الناس على مزيد من الاستهلاك ربما فى ظروف تحتم التقشف ، كما قد يكون عنصرا مستفزا من الناس لفئة لاتجد سبيلا إلى إمتلاك ما يعلن عنه ، وبالتالى يخلق ما يمكن أن يسمى ثورة الاحباط ، وقد يكون للاعلان أهداف سياسية أو اجتماعية أو ثقافية غير مباشرة ، تنتج أثرها فى النفوس فى المــدى البعيد ، هذا بالإضافة إلى ما تلجأ إليه بعض شركات الاعلان أحيانا من الاعتماد على وسائل غير مستحبة فى جذب الانتباه لاعتمادها على الجنس أو الاسفاف اللفظى أو الشكلى وغيره من الأساليب التى تحدث فى جماهير المستمعين والمشاهدين - وعلى الأخص الشباب والأطفال - أثارا سلبية وتؤثر على قيمهم وسلوكهم واتجاهاتهم على المدى البعيد(١) .

والداعية يتخذ من الأسلوب الاعلانى وسيلة للتأثير فى الجماهير وخاصة فى إستخدام الشعارات والرموز وإستخدام القصص والأساطير والفنون الشعبية ، ويشترك الإعلان مع الاعلام فى أن الاعلان كثيرا مايحتوى على عناصر إعلامية يقدمها البائع للمشترى مثل ثمن السلعة وشكلها وأماكن بيعها وطريقة الحصول عليها وكيفية استخدامها فى بعض الأحيان(٢) .

ورغم ذلك فالإعلان وما يتبعه من أساليب له خطورته الشديدة على الجماهير والمجتمع والقيم تتمثل فى العناصر التالية :

---

(١) مجلة الدراسات الإعلامية عدد ٩٤ أكتوبر نوفمبر ١٩٧٧ مقال بعنوان الامن الثقافى فى مجال العمل الإذاعى .

(٢) د. السيد عليوة ، استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ، ص ١٨٠

١ - التأثير على جدية الاعلام والنشر والضغط على المسئولين فى وسائل الاعلام والاتصال للمحافظة على سمعة المعلن مهما تعارض ذلك مع الصالح العام والحقائق الثابتة والمؤكدة .

٢ - يتوجه إلى غرائز الإنسان وانفعالاته وليس إلى فكره وعقله .

٣ - يستغل الإعلان فى الاذاعة والتلفزيون الأغانى والموسيقى والمناظر الماجنه لخلق جو من المرح المفتعل تيسيرا للتقبل وإستغلالا لمشاعر الاحباط لخلق رغبات جديدة .

٤ - الاعلان يفسد أذواق الشعوب ويهبط بأخلاقهم بما يستخدمه من وسائل منافية للأذواق السليمة والأخلاق الحميدة .

٥ - الاعلان يعتمد على الأصوات الصاخبة والصور العارية والعبارات المبتذلة والمناظر البعيدة كل البعد عن الجمال(١) .

الدعاية والحرب النفسية :

والحرب النفسية ليست سوى صورة من صور الدعاية تستهدف زرع ، الهزيمة فى نفس العدو ، وإقناعه بعدم جدوى المقاومه ، ومن ثم يتحتم عليه وضع السلاح والتوقف عن القتال . وهو قد يسمى لذلك بدهاء الدبلوماسية وبعبقرية الدعاية ، وقد يلوح بأساطيله وأسلحته ودباباته وطائراته وآخر مخترعاته ، وقد يلوح كذبا بالقنبلة الذرية كما فعلت إسرائيل وقد يلوح بإمكانياته الاقتصادية أو بحروبه الميكروبية وهو لايستهدف من ذلك كله إلا التهويش والتهويل والخداع والرعب والقضاء على المقاومة وروح النضال وإقناعك بالهزيمة كقدر محتوم وحقيقة لامفر منها(٢) .

---

(١) د. إبراهيم إمام ، الإعلام ، الاتصال بالجماهير مرجع سابق ص ١٧
(٢) د. إبراهيم إمام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع سابق ص ٧

والحرب النفسية قديمة قدم البشرية . ومع أن بعض المؤرخين للحرب النفسية يذكر أن البداية الحقيقية للحرب النفسية ترجع إلى عام ١٩١٧ وهى تلك السنة التى شهدت دخـــول أمريكا الحرب صراحة إلى جانب الحلفاء الغربيين ، وخروج روسيا منها بنشوب الثورة البلشفية عام ١٩١٧ ، غير أننا نذهب مع الرأى القائل بأن الحرب النفسية قديمة ، وقد إستخدم كفار مكة أساليب الحرب النفسية ضد الرسول صلى الله عليه وسلم ، وقد كان من أهم الأساليب التى إستخدمها هؤلاء ضد الرسول صلى الله عليه وسلم الاستهزاء والسخرية ثم الاتهام بالكذب مرة وبالجنون مرة ، وبالكهانة والسحر مرة أخرى . ثم بالأذى عن طريق الضرب والشتم و السب وإلقاء القاذورات عليه فى الطريق العام وأمام منزله ، ثم بالاغراء بالمال والجاه والسلطان ، ثم كانت محاولتهم عن طريق الضغط العائلى عليه عن طريق عمه أبى طالب ، ثم بالمجادلات ومحاولات التعجيز والاعجاز ، ثم التشهير به بين وفود القبائل الوافدة إلى مكة فى موسم الحج وغيره ، ثم بالمقاطعة الاجتماعيه والاقتصادية ، ثم كانت محاولتهم لقتله صلى الله عليه و سلم ليلة الهجرة إلى المدينة المنورة(١) .

إن الحرب النفسية هى إستخدام أية وسيلة بقصد التأثير على الروح المعنوية ، وعلى سلوك أية جماعة لغرض معين ، أو هى الاستخدام المخطط للدعاية وغيرها من الأعمال التى تستهدف قبل كل شىء التأثير على آراء وعواطف ومواقف وسلوك جماعات معاديه أو محايدة أو صديقة بطريقه تعين على تحقيق سياسة الدولة أو الدول المستخدمة لها(٢) .

---

(١) د . عبد الوهاب كحيل ، الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة ، القاهرة ، مكتبة القدسى ط ١ ١٩٨٦ م ، ص ٢٢
(٢) صلاح نصر ، الحرب النفسية ، ج ١ ، القاهرة ، ١٩٦٦ ، ص ٩٠ .

ويعرف الأمريكيون كلمة الحرب النفسية بأنها سلسلة من الجهود المكملة للعمليات الحربية العادية عن طريق استخدام وسائل الاتصال التى يستخدمها النازيون ، أى أنها تصميم وتنفيذ الخطط الاستراتيجية الحربية والسياسية على أسس نفسانية مدروسة(١) .

فالحرب النفسية تضمن استخدام الدعاية ضد العدو بالإضافة إلى استعمال وسائل أخرى لها طابع النشاط الحربى أو الاقتصادى أو السياسى على النحو الذى يكون مكملا لنشاط الدعاية .

ولكن الأداة الفعالة فى نشر وترويج الحرب النفسية ترتكز أساساً على حملات الهمس والأقاويل والافتراءات والتشويه كذلك تسمى حرب الأعصاب وهناك تعريف حديث يحدد الحرب النفسية بأنها معلومات أو أفكار أو مذاهب أو اتجاهات أو نداءات خاصة، تنشر وتذاع أو توزع لتؤثر فى آراء ومعتقدات وانفعالات واتجاهات وسلوك فرد أو جماعة أو شعب بأكمله دون استعمال العنف لكى يستفيد الجانب الذى يوجهها بشكل مباشر أو غير مباشر(٢) .

وتستخدم الحرب النفسية وسائل كثيرة لتصل إلى الجمهور المستهدف منها وتؤثر فيه ، وتختلف هـــذه الوسائل باختلاف الجمهور وباختلاف الأسلوب المتبع فى الحرب النفسية ، ولكل وسيلة من وسائل الحرب النفسية مميزات وعيوب لذا لا يمكن لأية دولة أن تعتمد على وسيلة واحده فى حربها النفسية بل تستخدم أكثر من وسيلة ، وربما كل الوسائل المتاحة .

ويعتبر اختيار الوسيلة المناسبة وحسن استخدامها من أهم الأشياء التى

---

(١) د . عبد القادر حاتم ، الإعلام والدعاية ، نظريات وتجارب ، القاهرة ، الأنجلو المصرية ، ١٩٧٨ ، ص ١٨٥

(٢) محمد عبد الحميد ، حرب بلا قتال ، القاهرة ، الشركة المتحدة للنشر والتوزيع ١٩٧١ ، ص ١٣

يجب مراعاتها فى عملية توجيه الحرب النفسية لأن الاختيار الموفق للوسيلة يلعب دورا مهما وفعالا فى أداء الحملة النفسية لرسالتها على الوجه الأكمل(١).

ومن أبرز أساليب الحرب النفسية . ١ - الشائعات : وهى الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة ، أو التهويل أو التشويه فى سرد خبر فيه جانب من الحقيقة أو إضافة معلومات كاذبة أو مشوهة ، او تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للحقيقة والواقع ، وذلك بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام المحلى أو الإقليمى والعالمى والنوعى ، تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو النطاق العالمى بأجمعه(٢) .

وقد انتشرت خلال الحرب العالمية الأولى شائعات الفظائع ، وكانت سلاحا من أسلحة الحرب النفسية استغلها الألمـــان والحلفاء على السواء وانتشرت شائعات الفظائع والتمثيل بالأسرى وتهييج الخواطر وبلبلة الأفكار كأساليب نفسية لإثارة السخط والانفعال ، ومن أشهر الشائعات التى كانت الصحافة سببا مباشرا فى ظهورها وترويجها شائعة الفظائع المنسوبة للألمان ، أن القوات الألمانية عندما استولت على مدينة أنفرس البلجيكية نوفمبر ١٩١٤ قد أمرت القسس الكاثوليك بدق أجراس الكنائس ، ولما رفض هؤلاء تنفيذ الأمر لم يجد الألمان بدا من تعليق القسس فى الأجراس ليعملوا عمل المطارق فتدق بأجسادهم(٣) .

---

(١) د. عبد الوهاب كحيل ، الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة ، مرجع سابق ، ص ٤٧ .

(٢) د. السيد عليوة استراتيجية الاعلام العربى مرجع سابق ص ١٩٠ .

(٣) د. م. إبراهيم . الاعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع سابق ، ص ٢٦٤

٢ - افتعال الأزمات ويكون ذلك بالدس والوقيعة واصطناع الأخبار المزيفة ، وبالتحريض على أعمال التخريب .

٣ - إثارة الرعب ويكون ذلك باستغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفزع لإرهاب الشعوب واخضاعها من خلال الحرب النفسية وعادة ما تستخدم فى هذه الحالة حملات الهمس والأساطير وإشاعات الفظائع .

٤ - غسيل المخ وهى تعنى محاولة تستخدم لتوجيه الفكر الإنسانى أو العمل الإنسانى ضد رغبة الفرد الحر أو ضد إرادته أو عقله ، ويسميها البعض بقتل العقل لأن تلك العملية توجد خضوعا لا إراديا ، ومن هذه الأساليب عزل الشخص عن الحياة العامة والضغط الجسمانى مثل الحرمان من الطعام ومن النوم للوصول بالفرد إلى درجة من الاعياء والانهيار والتهديدات وأعمال العنف والإذلال والضغوط والدروس الجماعية(١) .

والحقيقة أن أساليب الدعاية والإعلان قريبة جدا من أساليب الحرب النفسية ، فقد كان الملوك والقياصرة والعظماء يهتمون دائما بالدعاية الشخصية لأنفسهم عن طريق الشعر والأدباء والمصورين ومروجى الشائعات ومثال ذلك أن جينكزخان كان مبرزا فى نشر الشائعات المروعة عن جيشه فكانت قوافل التجارة تشيع بين أعدائه وصفا أسطوريا لجيشه مؤكدة أن أن جنوده يتغذون بالثعالب والكلاب وكان الأسقف وليم يستأجر المغنين والمنشدين فى الحروب الصليبية لكى يروجوا بالشعر والغناء أنه شخص فريد لا نظير له .

والداعية لمذهب سياسى يتخذ من الأسلوب الإعلانى وسيلة للتأثير فى الجماهير ، وما أكثر الوسائل المشتركة بين الدعاية والإعلان ، فالبيان

---

(١) د . السيد عليوة استراتيجية الاعلام العربى مرجع سابق ص ١٩٣

السياسي الذي يشرح العقيدة يقابله الاعلان الصحفي الذي ينشر في الجريدة ، والرمز السياسي يقابله الرمز التجاري أو العلامة التجارية الدالة على الماركة والشعار السياسي يقابله الشعار التجاري واستخدام القصص والأساطير والفنون الشعبية عامل مشترك بين الدعاية السياسية والإعلان التجاري ، وقد أصبحت الشعارات والصور الجذابة والعبارات المكررة عوامل فعالة للإيحاء والتأثير مع التوجيـــه إلى القوى الغريزية والإنفعالية في الجماهير (١) .

---

(١) د . إبراهيم إمام الإعلام والاتصال بالجماهير مرجع سابق ص ٢٦٨

الفصل الثانى

الإعلام الإسلامى واقعه وأهدافه

١ - واقع الإعلام الإسلامى

٢ - الصحافة الإسلامية

٣ - وكالة الأنباء الإسلامية

٤ - أهداف الإعلام الإسلامى

واقع الإعلام الإسلامى

إن الاعلام بوجه عام قد أصبح شيئا أوليا لا غنى عنه فى مجتمعات العصر الحديث ، ولا غنى للأفراد والشعوب عن معرفة الأخبار وما يدور فى أوطانهم وفى العالم كله ، ولا يقتصر دور الاعلام ولا أهميته على الناحية الاخبارية فحسب ، وإنما يتعدى ذلك إلى الإفادة بالمعلومات السياسية والثقافية والتوجيهات الاجتماعية ، وإلى التسلية والإمتاع وغيرهما مما تقدمه وسائل الاعلام الحديثة والمتطورة من إذاعة وتليفزيون وصحافة وغيرها .

وقد أدى تزايد اهتمام الجماهير بوسائل الاعلام وأجهزته فى العصر الحديث إلى تنافس تلك الوسائل فيما بينها لتقديم أفضل المواد الاعلامية التى ترضى أذواق الجماهير وتتناسب مع ميولها ، حتى تستحوذ على أكبر قدر من الجمهور المستقبل ، ذلك أن الوسيلة الاعلامية ذات الجمهور الأكبر تتمتع غالبا بدخول إعلانية تحقق لها توازنا اقتصاديا على الأقل ، إن لم تحقق لها الأرباح الطائلة(١) .

وقد حققت فنون الاعلام والاتصال بالجماهير خـــلال السنوات الأخيرة قدرا هائلا من التقدم الذى يعد بحق بمثابة ثورة ، وقد ترتب على هـذا التقدم تأثير الاعلام على العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين دول العالم بصفة عامة ، وعالمنا الإسلامى بصفة خاصة ، وجعل لوسائل الاعلام تأثيرا أيضا على قراراتنا وأسلوبنا فى الحياة ، ووفر أيضا للاعلام دورا بارزا ورئيسيا فى تشكيل الوعى العام ، وصياغة

---

(١) د. عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للاعلام الإسلامى مرجع سابق ص ١٠

الأحداث وربما صناعتها، حتى أنه يستطيع أن يقلب الحق باطلا والباطل حقا، وعلى سبيل المثال فقضية جبهة الانقاذ الإسلامية فى الجزائر لعب الاعلام دورا رئيسيا فى حسمها لصالح القــوى الرافضة للمشروع الإسلامى، إذ نجح الاعلام فى رسم صورة منفرة ومخيفة(١) للجبهة وخطابها السياسى، الأمر الذى شكل وعيا رافضا لمشروعها كله لدى الرأى العام.

لقد أدت وسائل الاعـلام دورا بارزا فى تشويه مجمل الظاهرة الإسلامية التى اعتبرتها أمتنا صحوة إسلامية تبشر بخير كثير، ولكنها لم تعد تذكر فى وسائل الاعلام إلا باعتبارها أصولية باتت ترتبط فى الأذهان بالعنف والإرهاب، وانتهاك حقوق الإنسان، ومصادرة دور المرأة وقهر الأقليات.

إن الذى يستطيع أن يسيطر على الاعلام يستطيع أن يسيطر على الأفكار ويوجهها لخدمة مصالحه وأهدافه، ولا بد من الاعتراف بأن الاعلام المعبر عن الحالة الإسلامية، كان ولا يزال دون المستوى، ولم يستطع إلا فى حالات نادرة أن يكون له حضور له قيمته على الساحة الاعلامية، فى حين نجد أن الاعلام المعبر عن التيارات والجماعات السياسية الأخرى مثل الماركسين التى لا تتمتع بأى حضور يذكر على مستوي الجماهير المصرية، بينما صوتها ملحوظ فى الساحة الاعلامية(٢).

وبوجه عام فإن الواقع العربى والإسلامى من الناحية الاعلامية

---

(١) فهمى هويدى مشكلات الصحافة الإسلامية بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى بمركز عبد الله صالح، جامعة الأزهر، ذى القعــدة ١٤١٢ مايو ١٩٩٢م، ص٢

(٢) المرجع السابق ص ٣

الآن يدعو إلى الآسى والأسف وذلك لعدة أسباب يمكن أن نبلورها فى الأسباب التالية : ـ

١ ـ يعتمد الاعلام العربى والإسلامى على وكالات الأنباء العالمية فى نقل المعلومات بين أجزاء وطننا العربى والإسلامى نقلا حرفيا دون وعى أو تبصر ، وقصور الوعى بمفهوم العمل الإسلامى الشامل فى مختلف وسائل الاعلام .

٢ ـ عدم الثقة الاعلامية المتبادلة بين الدول الإسلامية فيما تنقله وسائل الاعلام الإسلامية .

٣ ـ ذيلية الاعلام الإسلامى للمواقف الإسلامية ، ومدى العلاقات بين الحكام والدول(١) .

٤ ـ يفتقد العالم الإسلامى إلى وكالة أنباء أو أي شكل من أشكال شبكات الاتصال القوية التى تغطى أخباره ، ولم ينجح حتى الآن مشروع وكالة الأنباء الإسلامية ، التى سعت منظمة المؤتمر الإسلامى إلى إنشائها .

٥ ـ يعانى الاعلام الإسلامى من مشكلات المعلومات النابعة أساسا من هيمنة وكالات الأنباء العالمية على المعلومات ، التى تبث إلى مختلف أنحاء العالم ، فالدراسات والبحوث التى أجريت فى هذا الشأن تشير إلى أن ٩٠٪ من المعلومات والأخبار التى تنشرها صحف العالم الثالث مصدرها هو تلك الوكالات الغربية والأمريكية .

٦ ـ يواجه الاعلام الإسلامى أزمة فى الكوادر الاعلامية والصحفية المدربة على مختلف فنون الاتصال بالجماهير ، وربما يرجع ذلك إلى عدم

(١) د. محمد عبده يمانى ، الإعلام الإسلامى فى عصر الفضاء ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الاسلامى المنعقدة فى مركز عبد الله صالح جامعة الأزهر ، ذى القعدة ١٤١٣ هـ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٢ ـ ٤

عناية هذه الكوادر بفنون الاتصال بالجماهير ، أو أنه يرجع إلى التضييق على الإسلاميين فى كثير من البلدان الإسلامية للعمل فى مجال الاتصال بالجماهير ، فى حين يفتح الباب على مصراعيه لليبراليين والعلمانيين وغيرهم، أن يحتلوا مواقع التأثير والتوجيه فى الرأى العام، الأمر الذى أدى إلى غيبة الطرف الإسلامى عن تلك المجالات وهيمنة غيرهم عليها .

٧ - وعلى مستوى الصحافة الإسلامية بالذات فإنها تعانى من مشكلة الموارد المالية فلأنها صناعة مكلفة للغاية ، ودخول سوقها يتطلب قدرات مالية كبيرة، كما تعانى أيضا من ندرة الموارد الإعلانية نظرا لاحجام المعلنين عن التعامل مع الصحافة الاسلامية ، أو أن يكون الاعراض عن الصحف الاسلامية ذاتها لأنها لا تتحمس للنشر بعض اعلانات العطور ، وأدوات التجميل ولا تنشر اعلانات الدخان .

٨ - تعانى الصحافة الاسلامية مشكلة أخرى وهى مشكلة التوزيع ويرجع ذلك إلى محدوديه قدرتها المالية بالدرجة الأولى ، وقيود الرقابة التى تفرضها أكثر الدول الاسلامية(١) .

٩ - الافراط فى الدعاية للذات وفقد المصداقية فى كثير من الأحيان وبذلك تفقد ثقة المجتمعات الاسلامية فى اعلامنا ، وأصبحت هذه المجتمعات تعتمد على المصادر الأجنبية فى الحصول على المعلومات وتثق فيها إلى حد كبير .

١٠ - فقدان المصداقية فى اعلامنا الاسلامى ، وغياب الحرية أضعف من قدراتنا على التأثير فى الجماهير(٢) .

---

(١) فهمى هريدى مشكلات الصحافة الإسلامية ، مرجع سابق .

(٢) د. محمد عبده يمانى ، الإعلام الإسلامى فى عصر الفضاء ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الإسلامى ، المنعقدة فى مركز عبد الله صالح ، بجامعة الأزهر ، ذى القعدة ١٤١٢هـ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٣

إن كثيرا مما تقدمه وسائل الاعلام فى الدول الاسلامية ، يركز على مظاهر لا تنهض بالاسلام ، وبعضه بعيد عن سماحة الاسلام وعن روح الشريعة الإسلامية .

١١ - إن المسلمين متفرقون شيعا وأحزابا ودولا وأقاليم ، فهم ليسو أمة إسلامية واحدة ، بل هم أمم إسلامية كما أنهم ليسو أمة عربية واحدة فى البنية والنظام والهدف بل هم أمم وعوالم عربية ، وهذا ينعكس على النظام الاعلامى ، ويصيبه بالضعف والتأخر(١) .

والسؤال الذى يبادر إلى الذهن هو كيف يكون للمسلمين اعلام موحد ودساتيرهم مختلفة وقوانينهم مختلفة وأهدافهم متباينة ؟

فكل دولة تبث اعلامها حسب سياستها واتجاهاتها، وليس هناك اتحاد حقيقى أو تنسيق بين وسائل الاتصال فى الدول الاسلامية ، أو كوادر اعلامية إسلامية على درجة عالية من الكفاءة تستطيع حمل رسالة الاسلام وتوصيلها إلى دول العالم شرقه وغربه بطريقة فعالة وصحيحة ، فهذا ما يجعلنا نقرر بأمانه بأن الاعلام الاسلامى مازال قاصرا وغير مرتفع إلى المستوى اللائق به ، ولما يلاحق التطورات الهائلة المتلاحقة التى تحدث فى العالم ، وذلك للصعوبات الاقتصادية والأزمات المالية التى يعانى منها معظم الدول الاسلامية ، وكثرة الخلافات بين الدول الاسلامية وانشغال المسلمين وحكامهم بالسياسة وتصارعهم على المناصب وتبعيتهم للغرب وتفككهم إلى دويلات صغيرة ، أو أقطار متناثرة وبعدهم عن روح الشريعة الاسلامية وتعاليمها ، وعدم قدرتهم على امتلاك الأجهزة الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة ، والنقص الواضح فى إعداد الكوادر الصالحة للقيام بالمهمة الاعلامية التى يفرضها الدين الاسلامى على معتنقيه .

---

(١) الوعى الإسلامى ، عدد ٣١٥ ، شوال ١٤١٢ ، إبريل ١٩٩٢م

فضلا عن ذلك أن بعض علماء المسلمين مازال ينظر إلى الإعلام - بمفهومه الحديث وأساليبه ووسائله - نظرة ريبة وشك وهذا ربما أتى من الواقع الإعلامى المعاصر فى الدول الإسلامية والممارسات غير السليمة لوسائل الاتصال فى الدول الإسلامية وخاصة الإذاعة والتلفزيون والمسرح .

إن واقع الإعلام الإسلامى يتعلق بواقع المسلمين بوجه عام وبعلماء وكوادر الإعلام الإسلامى بوجه خاص ، فالإعلام ظاهرة اجتماعية ترتبط ارتباطا وثيقا بالنظام الاجتماعى المعين ، وترتبط بإمكانات وظروف المجتمع الدينية والسياسية والاقتصادية والحضارية ، والإعلام الإسلامى يظل جزءا من الواقع الإسلامى لا ينفصل عنه ، ومن ثم فإن تقدم ذلك الواقع أو تخلفه ينعكس بصورة مباشرة على أدوات التعبير عنه ، والإعلام فى المقدمة منها وتجدر الإشارة أن النظر فى واقع الإعلام الإسلامى قد يختلف من بلد إلى آخر ، فما يسرى على الدول الملتزمة بالإسلام قد لا يسرى على غيرها ، وما يصدر عن دول يمارس العمل الإسلامى فيها بصورة شرعية وعلنية قد يختلف عن ذلك الذى يصدر فى دول آخر يحارب فى ظلها العمل الإسلامى ويتحرك خارج الشرعية(١) .

تحديات فى مواجهة الإعلام الإسلامى :

لقد واجه الإعلام الاسلامى ، ومازال يواجه تحديات كثيرة من قبل المخططات العلمانية والصهيونية والشيوعية ، التى أتفقت فيما بينها على حرب الإسلام عقيدة وشريعة وسلوكا . ومن أبرز التحديات التى يمكن أن نرصدها هنا وتشل قدرات الإعلام الاسلامى هى الاحتكار الغربى لنظم المعلومات ومصادرها ، وتبعية الإعلام الاسلامى فى هذا المجال للإعلام الغربى . والمسلمون يواجهون فى مختلف أقطارهم غزوا فكريا وثقافيا

---

(١) فهمى هويدى ، مشكلات الصحافة الإسلامية ، مرجع سابق ، ص ٨

وحضاريا رهيباً ، ولم يعد هذا الغزو الحضارى الشامل مقصوراً على الوسائل التقليدية للفرد من كتب أو نشرات أو غيرها ، بل أصبح يعتمد على وسائل اتصالية بالغة التقنية ، تستخدم التكنولوجيا الحديثة ، والتخطيط السليم فى هذا الهجوم .

وقد تبين من خلال الدراسات والبحوث أن ٩٠ ٪ من أنباء الوكالات العالمية تحتكرها خمس وكالات أنباء عالمية منها وكالتان أمريكيتان وواحده بريطانية وأخرى فرنسية وثالثة سوفيتية ، وتبين أيضا أن إحدى الوكالات العالمية لها ٨٣٠ مراسلا فى الخارج وأخرى لها ٧٩٠ مراسلا ، كما يكلف المراسل الخارجى ما يقرب من ١٠٠ ألف دولار سنويا ، ومعنى ذلك أن الوكالة الأجنبية يمكن أن تحتكر الأخبار وأن تسيطر على طريقة صياغتها وتوزيعها ، وقد نشأ من هذا الاحتكار ما يسمى فى لغة الأمم المتحدة ، سوء تدفق الأخبار فمثا ينشر - على سبيل المثال - فى مصر أو فى المغرب أو أى بلد أفريقى فى الصحف الأوربية لا يكاد يبلغ واحدا فى المائة مما ينشر عن أوربا فى الصحف المصرية ، أو المغربية أو الأفريقية(١) بل وصل الأمر أن تغطية الأحداث القومية فى العالم العربى والإسلامى يتم من خلال النقل المباشر عن وكالات الأنباء الغربية ، التى تتعمد التشويه والتحريف للأحداث التى تقع فى هذه الدول .

---

(١) د. السيد عليوة ، استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ص ٢٥٦ .

الصحافة الإسلامية وعوامل نجاحها

والصحافة الإسلامية هى قطاع من الصحافة المتخصصة بوجه عام وتوصف بالإسلامية لتميزها بدراسة وتناول القضايا الإسلامية والقضايا العامة من منظور أو إطار إسلامى .

وقد كان للصحافة الإسلامية فى مصر وغيرها من البلاد العربية والإسلامية دور كبير فى بناء النهضة الفكرية المعاصرة ، فقد حملت لواء الدعوة إلى مفهوم الإسلام الصحيح والدفاع عن اللغة العربية ، ومقاومة الدعوات التغريبية والغزوات الفكرية والانحلال الخلقى ووقفت ضد الحملات التى شنها الاستعمار وأعوانه على المسلمين وعلى دينهم وتراثهم ولغتهم .

ونتساءل الآن هل لدينا صحافة إسلامية ؟ الاجابة نعم لدينا صحف إسلامية ولكن هل لهذه الصحف تأثير فى حياتنا وتوجيهاتنا الفكرية والسياسية مثل ما لصحف التيارات والجماعات الأخرى مثل جماعة الماركسين فى مصر فرغم أنهم قلة قليلة ، ورغم أن ما يدعون إليه غريبا على عقولنا وفكرنا وديننا إلا أن صوتهم عال وصحفهم مشهورة ولها تأثير فى الساحة الاعلامية .

وأين نحن من الصحف الاسلامية التى كانت لها تأثير ودوى على الساحة الاعلامية والفكرية فى العالم الاسلامى كله ، فمجلة مثل مجلة العروة الوثقى التى صدرت فى ١٣ مارس ١٨٨٤ فى باريس وظهر العدد الأخير منها فى أكتوبر ١٨٨٤ ولم يصدر منها سوى ثمانية عشر عددا وكانت توزع فى مصر والبلاد العربية والإسلامية ، ورغم هذا العمر القصير للعروة الوثقى إلا أنها كانت ذات تأثير كبير ليس فقط على مستوى مصر بل على مستوى العالم الاسلامى كله .

يحدثنا رشيد رضا عن تأثير العروة الوثقى فيقول : رأيت فى محفوظات

والدى بعض نسخ العروة الوثقى فكان كل عدد منها كسلك من الكهرباء اتصل بى فأحدث فى نفسى من الهزة والانفعال والحرارة ما قذف بى من طور إلى طور ، ومن حال إلى حال ، وينقل عن الشيخ حين الجسر العالم السورى قوله : أن جريدة العروة الوثقى ستحدث انقلابا عظيما فى العالم الاسلامى لو طال عليها الزمن . ثم أين نحن من مجلة المنار التى استطاعت أن تخلق تيارا إسلاميا قويا فى الصحافة المصرية ، وأن تخلق حركة إسلامية قوية تحولت من الدعوة إلى الحركة ، ومعروف أن مجلة المنار خرج من عباءتها التيار الاسلامى المتمثل فى جماعة الاخوان المسلمين .

كانت مجلة المنار نموذجا للصحافة الاسلامية التى تحمل مشا كل العقيدة والفقه ، وتحيط بالمسائل الاجتماعية والاسلامية والفكرية وأخبار العالم الاسلامى ، وما فيه من أحداث وأمراض وعلل .

امتد أثر المنار فى جميع أنحاء العالم الاسلامى فى الجزائر على يد جمعية العلماء التى أسسها عبد الحميد بن باديس وفى الهند ظهرت جماعة أهل الحديث ونـــدوة العلماء ومدرسة دار العلوم فى ديوبند وفى أندونيسيا فى حركة تجديد المنار .

كل هذا يجعلنا نتساءل لماذا لا يوجد تأثير فعال لصحفنا الاسلامية المعاصرة؟ وما أوجه القصور أو الأزمة التى نواجهها علنا جميعا نشارك فى وضع الحلول ونصل إلى العلاج؟ وهذا أمر ليس مستعصيا وربما تتمثل أزمة الصحافة الاسلامية فى عدة محاور يمكن أن نوجزها فيما يلى : -

أولا : من ناحية القائم بالاتصال فى المجلة الاسلامية نجد أن هناك قصورا فى أداء وفى ثقافة بعض الكتاب والمحررين فى الصحافة الاسلامية فهم غير ملمين بقضايا المجتمع العامة وما يدور فى المجتمع من مشاكل سياسية واجتماعية ودينية وثقافية ، وبعض الكتاب حصر نفسه فى

دائرة ضيقة فيما يكتب وفيما يعالج من قضايا . وبعضهم لا يقرأ غير الكتب الدينية التي تدور في فلك العبادات فانفصل عن المجتمع وانفصل المجتمع عنه ، وجعل الاسلام كأنه طقوس وعبادات فقط لا يمس شئون المجتمع ، وهم بذلك يسهمون دون دراية في تأكيد فصل الدين عن الحياة أو ما يسمى بالعلمانية .

وبعض الكتاب حين يكتب للصحافة الاسلامية الصادرة في مصر نجد مقالاته دون المستوى ولكن حين يكتب للصحف التي تصدر في بعض دول الخليج مثلا نجده يجود مقالاته ويحسن في أسلوبه والأمثلة على ذلك كثيرة .

وبعض الذين يشرفون على الصحف الاسلامية ليس لديهم ثقافة إسلامية أصلية ، ولا أدري لماذا أختيروا رؤساء تحرير مع أن هناك عناصر إسلامية أصلية يمكن أن تتولى الاشراف على هذا الأمر .

وبعض المحررين ينقلون عن غيرهم دون وعي عندما يجرون الأحاديث أو التحقيقات الصحفية ، ولا يعرفون إذا كان ما أملي عليهم يتفق مع تعاليم الاسلام الصحيحة أو لا يتفق ، وهم بذلك يثيرون البلبلة لدى الرأي العام لذلك فنحن دائما ما نؤكد أنه يجب على المحررين الذين يعملون في المجلات والصحف الاسلامية أن يكونوا على دراية وثقافة واسعة بالدين الاسلامي ، فليس كل من يزعم أنه محرر إسلامي أوكاتب إسلامي نطلق له العنان في الشئون الإسلامية .

ثانيا : من ناحية الشكل والاخراج :

رغم أن الاخراج الصحفي تطورا كبيرا في العصر الحاضر نتيجة للتقدم التقني في الطباعة والتصوير والتحميض وظهرت الصحف في شكل جميل متسق متنوعة الموضوعات والأشكال والصور ، مختلفة تماما عن

الصحف فى شكلها القديم ، حيث كانت الصحف تظهر بمظهر الكتب من الإخراج والتبويب وطريقة الطبع وأسلوب الكتابة والتحرير وغير ذلك. ورغم ذلك إلا أن واقع المجلات الإسلامية المتخصصة يميل إلى الشكل القديم، ويقصرها على اتخاذ الأبحاث والمقالات أساسا لها، الأمر الذى يجعلها معزولة عن حركة المجتمع ومواكبة الصحافة المعاصرة ويجعلها أقرب إلى الحوليات والكتب ومجلات الجامعات ، هذه المجلات الذى لا يقرؤها إلا المتخصصون ومن ثم لا يكون للمجلة الاسلامية تأثير فى القاعدة الجماهيرية العريضة، هذه القاعدة التى يجب أن تنزل إليها المجلات الاسلامية لترتفع بمستواها إلى الثقافة الاسلامية الرفيعة ، لأن هذه القاعدة مغيبة العقل ، ومسطحة الفكر وخاضعة تحت تأثير الاعلام الزائف ، ولا سيما الاعلام التليفزيونى الذى يؤثر على الجماهير بشكل كبير ، وجعلها أسيرة أنماط اجتماعية معينة ، أسيرة لما يقدمه من معالجة لمشاكل العصر السياسية والاجتماعية .

ثالثا : من ناحية المضمون :

وهنا يجب أن أنبه إلى أن المضمون الذى يقدم على صفحات المجلات الاسلامية منفصل إلى حد كبير عن واقع المجتمع وقضاياه فعلى سبيل المثال هناك مجلات تضفى على نفسها اسلامية وهى تخدم فكرة معينة أو طريقة معينة أو جمعية معينة أو دولة بذاتها أو تروج لثقافة بعينها . مع أن المجلة الاسلامية لابد أن تكون موضوعية متجردة عن الهوى ، وأن تعالج القضايا الاسلامية ، من وجهة نظر الاسلام ومبادئه الشاملة ، وأن تضع حلولا إيجابية لما يقدم من مشاكل بدلا من أن تكتفى بالاثارة .

رابعا : من الناحية المادية :

تعانى الصحافة الاسلامية من مشكلة المواد المالية فلأنها كما يقول

الأستاذ فهمى هويدى صناعة مكلفة للغاية ودخول سوقها يتطلب قدرة مادية فائقة يتجاوز حدود القائمين على الصحافة الاسلامية ، ومن ثم فإن الصحافة ينبغى أن تعتمد على مصدر تموبلى إن كان دولا فذلك يعنى قيد على حرية الصحيفة وإن كان ممولين كبار فإن الأمر لا يختلف ، بالاضافة إلى ذلك فالمعلنون كثيرا ما يحجمون عن التعامل مع الصحافة الاسلامية . أيضا هناك بعض الاعلانات تعرض عنها الصحافة الاسلامية كالخمور والدخان واعلانات العطور .فالصحيفة الاسلامية فقيرة الامكانات الأمر الذى يؤثر على طباعتها ونوع الورق المستخدم فيها والخدمة التى تؤديها .

خامسا : من ناحية المعلومات :

تعانى الصحافة الإسلامية أيضا من مشكلة المعلومات النابعة أساسا من هيمنة وكالات الأنباء العالمية على المعلومات التى تبث إلى مختلف أنحاء العالم حتى أن الدراسات تشير إلى أن ٩٠٪ من المعلومات التى تنشر فى صحف العالم الثالث مصدرها ومحورها هو تلك الوكالات الغربية .

سادسا : التوزيع :

تعانى الصحافة الاسلامية من مشكلة التوزيع ، فلا تحظى بالتوزيع بالقدر الذى يحظى به غيرها من المجلات ذات التوجهات الأخرى ، وهذا أيضا راجع إلى عجز فى قدرتها المادية أو المالية ، الأمر الذى لا يجعل الصحيفة الاسلامية تصل إلى القارىء فى مكان تواجده ، ويجعل معظم المجلات الاسلامية ضعيفة ومحدودة التوزيع .

سابعا : من ناحية اللغة فمعظم المجلات الاسلامية تصدر باللغة العربية وبما أن العالم الاسلامى تتعدد فيه اللغات فلا تصل المجلة الاسلامية إلى كافة أنحاء العالم الاسلامى ولا تؤثر فيه .

عوامل نجاح الصحافة الاسلامية :

نذكر هنا بعض المقومات التى وضعها المتخصصون لنجاح أية صحيفة اسلامية : -

١ - أن يتوافر لها دعم مادى مناسب يمكنها من أداء رسالتها .

٢ - أن يتوفر لها قدر من المعلومات من خلال شبكة معلومات اسلاميه أو وكالة أنباء دولية تعمل فى إطار إسلامى .

٣ - إعداد كوادر إسلاميه متخصصه لديها ثقافة اسلامية عريضة ومتنوعة ، وأن لا يضيق على المتخرجين من أقسام الاعلام الاسلامى العمل فى هذه الصحف .

٤ - أن يتوفر للصحف الاسلامية إخراج جيد ، وأن تأخذ بأفضل وأحدث النظم المتبعه فى الطباعة والاخراج والتوزيع .

٥ - وضوح الأهداف التى يعمل القائمون بالصحافة الاسلامية على تحقيقها ، وأن يكونوا من الهادفين إلى نشر الوعى الدينى والثقافة الاسلامية الشاملة .

٦ - أن يحرصوا على استخدام لغة يفهمها الجمهور المستقبل لرسالة هذه الصحف .

٧ - أن يجعلوا جماهيرهم على علم كاف بظروفها التاريخية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية حتى يكونوا على علم بما يجب عليهم أن يقوموا به من مهام واقتناع كامل بما يقدم لهم .

٨ - أن يحرصوا على أن تتوافر للرسالة الاعلامية الإسلامية كافة العوامل التى تساعد على نجاحها .

وكالة الأنباء الاسلامية

نشأت فكرة تأسيس وكالة أنباء إسلامية (خاصة بالدول الإسلامية) منذ أكثر من ثلاثين عاما ، ولم تخرج إلى حيز التنفيذ إلا عندما طرحت على مؤتمر وزراء الخارجية للدول الإسلامية المنعقد فى مدينة كراتشى بباكستان فى ديسمبر من عام ١٩٧٠ م .

وكان السبب فى إنشاء أو التفكير فى إنشاء هذه المؤسسة الاعلامية هو احتكار وكالات الأنباء العالمية وهيمنتها على مصادر الأخبار والمعلومات ، وتعمد معظمها إلى تلوين وتحريف الأخبار والمعلومات المتعلقة بالمسلمين وقضاياهم داخل العالم الاسلامى وخارجه ، فضلا عن ذلك إيجاد نوع من التعاون والتنسيق والتبادل الاعلامى بين وكالات الأنباء الوطنية الاسلامية فى البلاد الاسلامية .

لهذه الأسباب وافق المؤتمر على إنشاء هذه الوكالة ، وحث على ضرورة الاعداد الجيد لها لتؤدى الدور المنوط بها فى الدفاع عن الدول الاسلامية وقضاياها على المستوى الدولى ، وقام عدد من الخبراء بعقد اجتماعات فى طهران فى ابريل من عام ١٩٧١ م لوضع الخطوط الرئيسية للوكالة وتحديد أهدافها ووظائفها ووضع دستورها ، وقد تقرر خلال هذا الاجتماع أن تكون الوكالة فى مرحلتها الأولى عبارة عن اتحاد لوكالات الأنباء المحلية فى الدول الاسلامية ، وأن يطلق عليها اسم وكالة الانباء الدولية « إينا » ويكون مقرها طهران عاصمة إيران .

وقد وافق المؤتمر الثالث لوزراء خارجية الدول الإسلامية المنعقد فى مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية فى فبراير عام ١٧٩٢ على دستور الوكالة وأهدافها لكنه قرر أن تكون مدينة جدة مقرا لها .

واقع الوكالة

لقد كان ينتظر من وكالة الأنباء الاسلامية « إينا » كما جاء فى بواعث إنشائها أن تملأ الفراغ الموجود فى وسائل الاعلام الدولية عن الاسلام والمسلمين وقضاياهم إلا أنها للأسف لا تمتلك إمكانات الوكالات المحلية ، وبالتالى ليس لها أى نشاط على الساحة الاعلامية الدولية وذلك رغم اشتراك أربعين دولة إسلامية فى عضويتها ورغم الجهود الكبيرة التى بذلت، فى تأسيسها ولم يتحقق الهدف التى أنشئت من أجله ، وعلى حد تعبير أحد الباحثين ولدت وكالة الأنباء الاسلامية الدولية ميتة ولم تفعل شيئا يدعم استقلال المسلمين إعلاميا ولم تقلل من سيطرة وكالات الأنباء العالمية على وسائل الاعلام داخل الأقطار الاسلامية ، ولم تحقق هدفا من الأهداف التى حددتها لنفسها(١) .

هذا برغم حاجة العالم الاسلامى إلى وكالة أنباء إسلامية دولية قوية، تنقل للرأى العام العالمى حقائق الأحداث التى تجرى فى العالم الاسلامى ، فى إطار من التنظيم العلمى والعملى المواكب لتطلعات المسلمين وآلهم وأمانيهم ، ومواجهة وكالات الأنباء العالمية التى تعمد إلى تشويه صورة الاسلام والمسلمين، ولا تهتم بأحداثهم وقضاياهم ونقل تصوراتهم الصحيحة فى مختلف القضايا السياسة والاقتصادية والاجتماعية(٢) .

وتركز فى المقام الأول على أخبار ومصالح بلادها ، وغالبا ـ كما ذكرنا فى أكثر من موضع فى هذا الكتاب ـ ما تقوم بتشويه مقصود لكثير

---

(١) بسيونى الحلوانى « وكالة الانباء الإسلامية الدولية « إينا » بحث قدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى المنعقدة فى جامعة الازهر ذى القعدة ١٤١٢ ـ مايو ١٩٩٢م ، ص ١

(٢) المرجع السابق ، ص ٢

من الحقائق والأحداث التى تتعارض ومصالح الدول التى تملك هذه الوكالات العالمية وتلون الأخبار وتزيف المعلومات بالطريقة التى تخدم أهداف تلك الدول ، كما أن خطورة هذه الوكالات تكمن فى إتساع نطاق نفوذها والمدى البعيد الذى يمتد إليه توزيعها للأنباء ، والآثار العميقة التى تحدثها فى الرأى العام ، حتى أصبحت هذه الوكالات سلاحا خطيرا وفعالا لغزو بلاد المسلمين ثقافيا وإعلاميا ، والسيطرة على تفكير الانسان المسلم وتوجيهه وجهة غربية أو غير إسلامية :

إن من أهم العوائق التى تواجه وكالة الأنباء الاسلامية الدولية نقص التمويل ، وقلة عدد الكفاءات البشرية ، الأمر الذى يجعلها غير فعالة فى إطار نظام إعلامى دولى به وكالات أنبـــاء دولية عملاقة لديها من الامكانات المادية والتكنولوجية ،أو الخبرات والكفاءات البشريه الهائلة، ولقد تم تكليف أمين منظمة الدول الاسلامية بتولى مسئولية الاشراف عليها نظرا لنجاحه فى الاشراف وتولى مسئولية المنظمة(١) .

١ - دستور وكالة الأنباء الإسلامية(*)

تمشيا مع قرار مؤتمر وزراء الخارجية الإسلامى الثانى بكراتشى تؤسس وكالة أنباء إسلامية دولية « إينا » . تتكون المرحلة الأولى من جمعية لوكالات الأنباء الوطنية أو منظمات مشابهة حسبما تعين من قبل الدول الأعضاء .

٢ - المركز الرئيسى

يكون المركز الرئيسى لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية فى جدة

---

(١) د. ماجى الحلوانى ، القمر الصناعى الإسلامى تحدى حضارى وضرورة عصرية ، القاهرة ١٩٧٧ م ص ٥٤

(*) صدر فى كوالالمبور فى يوم ١٦ ، ١٧ أغسطس ١٩٧٢

٣ - الأهـــداف

إن أهداف وكالة الأنباء الإسلامية الدولية فى جدة كما يلى ، -

(أ) تعزيز وحماية التراث الإسلامى الضخم .

(ب) إنشاء علاقات أوثق بين الدول الأعضاء .

(ج) تعزيز الصلات المهنيه والتعاون الفنى بين الوكالات الأعضاء .

(د) العمل على توحيد أهداف العالم الإسلامى .

(هـ) العمل على إيجاد تفهم أكبر بين الشعوب الإسلامية للمسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

(و) العمل على إنشاء وكالة أنباء إسلامية دولية متكاملة يكون لها مراكز إقليمية خاصة بها .

٤ - الوظائف

وظائف وكالة الأنباء الإسلامية تكون كما يلى : -

(ا) تسهيل تبادل الأنباء والمقالات والصور .

(ب) تنسيق وتوزيع الأنباء التى تهم العالم الإسلامى .

(ج) تسهيل تبادل المراسلين الصحفيين .

٥ - هيئات وكالة الأنباء الإسلامية الدولية

يكون لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية الهيئات التالية :

(ا) الجمعية العامة .

(ب) المجلس التنفيذى .

٦ - الجمعية العامة

تؤلف الجمعية العامة من ممثلى وكالات الأنباء الوطنية أو من منظمات مشابهة لها من قبل الدول الأعضاء .

٧ - تنعقد الجمعية العامة مرة كل سنتين .

٨ - يجب أن يتفق زمان ومكان مثل هذا الاجتماع مع اجتماع مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية ويعقد إجتماع فوق العادة للجمعية العمومية عند إستلام المجلس التنفيذى طلبات خطية لا يقل عن نصف أعضاء وكالة الأنباء الاسلامية الدولية .

٩ - المجلس التنفيذى .

يتألف المجلس التنفيذى من سبعة أعضاء ستة منهم ينتخبون من قبل الجمعية العامة الأمين العام للمؤتمر الاسلامى أو ممثله بحكم منصبه مقام عضو ، وينتخب المجلس التنفيذى .

١٠ - يخدم أعضاء المجلس التنفيذى المنتخبون لمـــدة سنتين ويعاد إنتخاب الأعضاء لمدة سنتين أخريين .

١١ - تتخذ قرارات المجلس التنفيذى بأغلبية بسيطة .

١٢ - يفوض المجلس التنفيذى فى تعيين سكرتير للمساعدة فى أعماله .

١٣ - يحق للمجلس التنفيـذى حينما تقتضى الضرورة ، أن يستشير أعضاء وكالة الأنباء الاسلامية الدولية . بمراسلة خطية ويعتبر الاقتراح المعمم على أعضاء وكالة الأنباء الاسلامية خطيا من قبل الأغلبية المطلوبة نافذ المفعول.

١٤ - المـالية

تمول وكالة الأنباء الاسلامية الدولية من :

(ا) رسوم العضوية وتحدد من قبل الجمعية العامة .

(ب) الهبات والاعانات المقدمة من الدول الأعضاء على أن تحدد من قبل الجمعية العامة .

١٥ - اللغة

إن لغات وكالات الأنباء الاسلامية الدولية هى العربية ، والانجليزية، والفرنسية .

منظمة إذاعات الدول الإسلامية

قامت هذه المنظمة بموجب قرار من المؤتمر السادس لوزراء خارجية الدول الاسلامية المنعقد فى جدة (رجب ١٣٩٥ - يوليو ١٩٧٥) - وتتحدد أهداف هذه المنظمة فى الآتى :

١ - نشر الدعوة الإسلامية .

٢ - الاهتمام بالتراث الاسلامى .

٣ - التعريف بالقضايا الاسلامية والدفاع عنها .

٤ - تعريف الشعوب الاسلامية ببعضها وتعميق روح الاخاء الاسلامى بينها .

٥ - دعم العلاقات بين أعضاء المنظمة لتوحيد جهودها فى خدمة أهدافها المشتركة .

٦ - التعريف بالأسس السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية التى ترتكز عليها دعوة التضامن الاسلامى .

٧ - تبادل البرامج الاذاعية والأخبار والمعلومات التقنية ، وكذلك تدريب المواطنين فى المجالات الاذاعية المنظمة .

٨ - التنسيق فى مجال الارسال الاذاعى وتخطيط البرامج فيما بين أعضاء المنظمة .

٩ - تنظيم التعاون مع المنظمات الدولية للاذاعات بحيث تضمن المنظمة دفاعاً موحدا عن متطلباتها فى الجداول اللاسلكية للموجات وفى غيرها من المسائل التى تهمها .

١٠ - حل كافة المشاكل الاذاعية التى تحدث بين الأعضاء بروح الاخوة الاسلامية وضمن إطار المجلس التنفيذى أو الجمعية العامة للمنظمة .

١١ - تنمية التعاون بين المؤسسات الفنية للدول الأعضاء وتطويرها وصولا بها إلى مستوى العلاقات الأخوية المتينة بين الأقطار الشقيقة .

. . . وعلى الرغم من هذه الأهداف المثالية ، إلا أن نجاح هذه المنظمه فى تحقيق تلك الأهداف كان معقولا إلى حد معتدل فقد حال عدم تسديد الدول الأعضاء الحصص المالية دون تنفيذ مشروعات المنظمة ، ولم تقم بدور فعال فى خدمة عالمية الدعوة الاسلامية من خلال الأهداف التى حددتها لنفسها ، وذلك لأسباب عديدة منها نقص التمويل المادى ، والأجهزة التى يمكن أن ترتبط بالمنظمة بشكل فعال لتحقيق أهدافها ، علاوة على عدم قدرة المنظمة على التفاعل بشكل مكثف مع المؤسسات الإذاعية فى الدول الأعضاء ، للوصول إلى تنفيذ الخط الإسلامى الاعلامى المشترك بالرغم من جهد القائمين بهذا الجهاز وعلى رأسه الأستاذ أحمد فراج أمين عام منظمة الاذاعات الاسلامية الذى بذل من الجهد الكثير فى سبيل تدويل البرامج ودعمها بين الدول الإسلامية ، ومحاولة إيجاد وسائل عديدة للترويج لهذه البرامج وخلق مجالات مختلفة لها ، إلا أنها فى حاجة إلى دعم متزايد كلما أمكن بالطبع(١)

---

(١) المرجع السابق ص ٥٢ - ٥٣

الإذاعات الدينية الإسلامية

إن أكثر من نصف الدول العربية تقريباً تقدم خدمات إذاعية موجهة إلى مناطق خارج الحدود الوطنية لها ، وأكثر هذه الخدمات موجهه إلى مناطق العالم العربى ، وبعضها الآخر يسعى للوصول إلى أنحاء متفرقة فى العالم فى أفريقيا وآسيا وأوربا وأمريكا الشمالية والجنوبية [1] .

وعلى الرغم من ذلك ، فإن الخدمات التى تبث إلى الشعوب الإسلامية فى الدول غير العربية سواء فى أفريقيا أو آسيا فيلاحظ أن هذه الخدمات تكاد تنحصر فى دولتين هما جمهورية مصر العربية ، المملكة العربية السعودية .

أولاً : محطة القرآن الكريم فى مصر :

أنشئت هذه المحطة الخاصة بخدمة القرآن الكريم فى ٢٩ مارس ١٩٦٤م ، وذلك لمكانة القرآن الكريم فى المجتمع الإسلامى ، ونظراً لمكانة مصر الإسلامية المتميزة بين الدول الإسلامية وذلك بعد أن قامت حكومة مصر العربية بإنشاء العديد من الخدمات الإذاعية المختلفة وذلك عقب ثورة يوليو ١٩٥٢م .

أهداف محطة القرآن الكريم :

١ - إذاعة القرآن الكريم لساعات طويلة تهدف إلى ربط المجتمع بآيات الذكر الحكيم .

٢ - جذب عدد من المستمعين للإلتفات حول القرآن الكريم والتزود منه بمعانى الخير والفضيلة .

---

١ - د. فاروق أبو زيد : إنهيار النظام الإعلامى الدولى ، ط ١ ، القاهرة ، مطابع الأخبار ، ١٩٩١ ، ص ١٣٦ .

٣ - المساعدة فى تحفيظ القرآن الكريم وتجويده وضبط أحكامه .

٤ - حفظ القرآن الكريم من التحريف الذى تقوم به بعض الجهات الملحدة .

٥ - تزويد المستمعين بالثقافة القرآنية المختلفة من برامج تدور كلها حول القرآن باعتباره مصدر الحياة للإنسان .

٦ - ربط المستمع بالقرآن الكريم عن طريق تقديم نماذج له من حياته التى يعيشها من خلال المعانى القرآنية .

٧ - محاولة خلق وإيجاد مستمعين من الدول الآسيوية التى يصل إليها إرسال الخدمة الآن [١] .

ويغطى إرسال إذاعة القرآن الكريم الآن شمال أفريقيا والشرق الأوسط وغرب أوربا ، وتذاع على ١٥ موجة متوسطة وقصيرة ، وقد بلغت ساعات إرسالها إلى ٢٠ ساعة فى اليوم [٢] .

وتقوم شبكة القرآن الكريم بتقديم العديد من البرامج الثقافية الدينية والتعليمية الدينية ، كما تقوم بنقل شعائر الصلاة ومناسك الحج ، وبرامج لمناقشة القضايا الإسلامية المعاصرة .

وتحاول من خلال فترة البث أن تتناول البرامج الموضوعات التى تهم كافة المسلمين من قراءة للمصحف المرتل وبرامج عن السيرة النبوية وعن القرآن والسنة وتفسير الأحاديث النبوية إلى مختلف البرامج التى تحاول إثراء فكر المستمع المصرى والعربى والإسلامى بوجه عام بكافة الأمور الدينية التى تهمه .

---

١ - د. ماجى الحلوانى ، د. عاطف العبد : الأنظمة الإذاعية فى الدول العربية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ ، ص ٤١٦ .

٢ - د. فاروق أبو زيد : إنهيار النظام الإعلامى الدولى ، مرجع سابق ، ص ١٣٨ .

ومن أهم البرامج التى تهتم بها الحديث الدينى ، فتقدم الحديث الدينى فى الإذاعة له دور مباشر فى متابعة قضايا الإنسان المعاصر من جهة نظر إسلامية ، والدخول من أول كلمة إلى صلب الموضوعات التى تهمه فى أمر دينه وهو أمر يترك أثراً سريعاً فى جمهور المستمعين وهم أحد أهم العناصر فى نظرية الاتصال [1] .

ثانياً : إذاعة القرآن الكريم فى المملكة العربية السعودية :

١ - إذاعة نداء الإسلام فى مكة الكرمة .

٢ - إذاعة القرآن الكريم من الرياض .

تحرص المملكة العربية السعودية على أن تكون البرامج الإذاعية الإسلامية والدينية هما الغالبية فى كل إذاعتها المحلية والموجهة ، فقامت بإنشاء إذاعة نداء الإسلام فى مكة المكرمة ١٩٧٢م وتبث إرسالها لمدة ٤ ساعات يومياً ، تزداد أيام الجمع ، وخلال شهر رمضان ، ويصل إرسالها إلى مناطق كثيرة فى آسيا وأفريقيا ، وقد طورت إذاعة نداء الإسلام من برامجها وزاد عددها من ثمانية برامج أسبوعية وأربعة يومية إلى ١٧ برنامجاً أسبوعياً وتسعة برامج يومية .

إذاعة القرآن الكريم من الرياض :

تم إنشاء إذاعة القرآن الكريم فى مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية عام ١٩٧٢م أيضاً ، ويلاحظ أنه تختلف فترات البث ومدته فى كل من إذاعتى القرآن الكريم فى مكة المكرمة والرياض ، وتهتم هاتان الإذاعتان بتلاوة القرآن الكريم وترتيله وتقديم مسابقات القرآن الكريم ، كما تمنح

١ - د. ماجى الحلوانى : الإذاعات الموجهة ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٣ ، ص ١٤٥ .

الفائزين فيها مكافآت مجزية حثاً على التجويد فى حفظ كتاب الله الكريم ، وتبث إذاعة القرآن الكريم من مكة والرياض خلال موسم الحج برامج خاصة بالتوعية الإسلامية بغير اللغة العربية مثل .. الأردية ، الأندونيسية ، الصومالية ، السواحلية ، الفارسية والتركية ، كما تنقل فى موسم الحج من كل عام المناسبات الدينية مثل الاحتفال بغسل الكعبة المشرفة ، ونقل صور حية لتحرك الحجاج من عرفات هذا الإضافة إلى مساهمتها فى نقل المناسبات الدينية المحلية والعالمية للقرآن الكريم (١) .

وتبث إذاعة القرآن الكريم برامجها على موجات قصيرة إلى جانب الموجات المتوسطة ، وهذه الموجات القصيرة تساعد على انتشار الإذاعة فى شرق وجنوب آسيا ، وإلى شمال ووسط أفريقيا .

هذا وقد تطورت إذاعة القرآن الكريم تطوراً كبيراً ، وفى عام ١٩٨٠ زادت قوة الإرسال قوة الإرسال فوصلت إلى ألف كيلو وات مما زاد من تأثير هذه الإذاعة وزاد من ساعات إرسالها التى بدأت بست ساعات ، ساعتان فى الصباح وأربع فى المساء ، ثم وصلت إلى ١٨ ساعة مستمرة دون انقطاع اعتباراً من السادسة صباحاً وحتى الثانية عشر ليلاً .

---

١ - د. ماجى الحلوانى : الإذاعات الموجهة ، مرجع سابق ، ص ١٥٤ ، ١٥٥ .

انظر المراجع الآتية :

١ - بدر أحمد كريم : نشأة وتطور الإذاعة فى المجتمع السعودى ، السعودية ، الكتاب العربى السعودى ، ط ١ ، ١٩٨٢ ، ص ١٤٤ .

٢ - د. ماجى الحلوانى : الإذاعات الموجهه ، مرجع سابق .

٣ - د. ماجى الحلوانى ، د. عاطف العبد : الأنظمة الإذاعية فى الدول العربية ، رجع سابق ، ص ١٠٦ ، ١٠٧ .

أهداف الاعلام الاسلامى

وينبغى أن ندرك بادىء ذى بدء أن أهداف الاعلام الاسلامى لا تقتصر على جوانب الوعظ والارشاد المباشر والتوعية بتعاليم الدين فحسب، وإنما هو إعلام متكامل له أهدافه المتسمة المعنى من أخبار وتثقيف وتوجيه وإرشاد وتعاليم وتسلية وإمتاع إلى غير ذلك من الأهداف . وهو فى كل هذا يستمد مضامينه ومحتوياته من المناهج الاسلامية ، ويعرضها بالأساليب الاعلامية الجذابة فى وسائل الاعلام المتطورة البالغة التقنية لكل البشر(١) فى كل مكان وزمان .

ويمكن أن نبرز فى نقاط محددة أهداف الاعلام الاسلامى فيما يلى :-

١ - الدفاع عن حقوق المسلمين والحقوق الانسانية والحرية والكرامة

٢ - بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة وتكوين المجتمع الإسلامى المتماسك المتكامل المبنى على عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه .

٣ - تقوية روح الجهاد بين المسلمين والعمل على تماسك الأمة الإسلامية

٤ - النظر إلى كافة الأحداث والمعلومات والأحكام من منظور إسلامى .

٥ - إلقاء الضوء على كل ما يطرح من فكر أو اتجاه أو مستحدث من المستحدثات لدراسته وتقويمه بمعايير الإسلام ، وعلى هدى من مبادئه السمحة .

٦ - تبنى قضايا المسلمين وتقديم أنجح الحلول لها .

٧ - السعى إلى نشر عقيدة التوحيد ، والدعوة إلى العبودية الخالصة لله وحده .

---

(١) د. عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للاعلام الإسلامى مرجع سابق ، ص ٥٣

٨- تنقية الفكر الإسلامى من كل ما يعلق به من شوائب كالتقريب إلى الله بواسطة الأولياء أو الصالحين وبناء المساجد على القبور والقول بالجبرية أو الحتمية الاقتصادية أو حركة التاريخ ، وصراع الطبقات أو وحدة الوجود ، ومذهب الحلول(١) .

٩ - بيان زيف الحضارة الغربية الرأسمالية بمفاهيمها المنافية للإنسانية وأنانيتها التى تختفى وراء المؤسسات والنظم ، وأفكارها القائمة على العلمانية بإبعاد الدين عن سائر مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية ، والفصل بين العلم والدين والأخلاق والتربية .

١٠ - التأكيد على حرية الإنسان من كافة القيود الخارجية كالسلطات الغاشمة والقيود الداخلية المتمثلة فى الغرائز والشهوات .

١١ - مواجهة الحضارة الشيوعية والاشتراكية القائمة على الإلحاد وإنكار القيم والمبادىء الأخلاقية وإهانة الدين وعلمائه .

١٢ - تجديد الدعوة إلى التوحيد وتحرير العقيدة الإسلامية من مفتريات أعداء الإسلام ، وتنقية الدين من الأفكار المنحرفة كالعلمانية والمادية والاشتراكية .

١٣ - العودة إلى نقاء الاسلام ، وبساطته والتأكيد على أن مصدريه الرئيسين الكتاب والسنة .

١٤ - فضح العقائد الزائفة التى صنعها الاستعمار كالقاديانية والبابية والبهائية وغيرها وتأكيد معنى حرية الفرد وطهارة المجتمع الاسلامى .

١٥ - الاهتمام باللغة العربية الفصحى لغة القرآن الكريم والسنة النبوية والتمسك باستخدامها فى الأداء الاعلامى الطباعى والاذاعى المسموع

---

(١) د. إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، القاهرة ، دار الفكر العربى سنة ١٩٨٥م ، ص ٣٤

منه أو الاذاعى المرئى، والعمل على ضرورة اتخاذها لغة دولية فى العالم الاسلامى كما أرادها الله أن تكون لغة القرآن والسنة النبوية المطهرة، وأداة التفكير بين جميع الدول الاسلامية .

١٦ - إشاعة الثقافة الاسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة وترقية اهتمام الناس، والسمو بعقولهم وسلوكهم ووجدانهم .

١٧ - محو الأمية الحرفية والفكرية والسعى لتوحيد الأمة وتضامنها فكرا ووجدانا وولاء وتطبيقا .

١٨ - بث روح الألفه والموده والتعارف والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين وتبديد الغربة فيما بينهم(١) وتكوين مجتمع متماسك متكافل مبنى على عقيدة الاسلام وقيمه ومبادئه .

١٩ - تبنى قضايا المسلمين وإبرازها وعرض أنجح الحلول لها والمطالبة بحقوق المستضعفين والأقليات الاسلامية، والحث على مناصرتهم والعمل على إنصافهم، وهناك مشكلات كثيرة لأقليات إسلامية تحتاج إلى المساندة والدعم الاعلامى، مشكلة ارتيريا وقبرص ومسلمى البلقان أو ما كان يسمى بيوغسلافيا وكشمير وفلسطين والدول الاسلامية المظلومة فى كافة قارات الدنيا . ولا ينبغى أن تلهينا وكالات الأنباء العالمية الأجنبية عن قضايا المسلمين مهما فعلت من تعتيم إعلامى عليها، وإلقاء الضوء الباهر على مشكلات أخرى تريد أن تحتل مكان الطليعة فى وسائل الاعلام العالمية .

٢٠ - من أبرز أهداف الاعلام الاسلامى هو الوصول بالدرجة الأولى الرأى العام المحلى والاسلامى والعالمى، وتنمية الوعى الفكرى

---

(١) المرجع السابق، ص ٣٢ - ٣٤

بقضايا الاسلام ، وتهيئة الأذهان لتقبل مبادئه ، أو إيجاد قناعة ذهنية لدى المؤمنين به وغير المؤمنين .

٢١ - التقريب بين المذاهب الاسلامية المتناثرة ، وتصحيح المفاهيم والعادات والتقاليد البالية التى لا تتفق والعصر والحاضر ، وتنشئة الأجيال تنشئة سياسية واجتماعية جديدة تنبع من مفاهيم الاسلام وتشريعاته ، وتقوية التضامن الإسلامى ، وتصحيح الصورة الخطية الذهنية عن العالم الاسلامى . ومقاومة الغزوات الخارجية التى تستهدف الاسلام والمسلمين سواء كانت هذه الغزوات سياسية أو دينية أو مذهبية ، ومواجهة الدعايات المغرضة التى تقوم بها أجهزة الاعلام الدولية المتطورة . وربط المسلمين ببعضهم البعض من خلال توجيهات الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة .

٢٢ - بث برامج دينية إسلامية إلى الدول الأجنبية التى لا تعرف إلا أقل القليل عن الاسلام ومبادئه وتشريعاته ، ونشر الثقافة الاسلامية باعتبارها أساسا للسلوك الانسانى القويم ومنبعا لتوجيه جميع عناصر الثقافة الاسلامية(١) .

---

(١) د. محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية . مرجع سابق ، ص ٢٨٤

الفصل الثالث

مكونات العملية الاتصالية فى الاعلام الاسلامى

مكونات العملية الاتصالية في الاعلام الاسلامي

الاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية يحتاج إلى عناصر أساسية تتفاعل مع بعضها البعض ، فى توصيل المعلومات والمعانى والرموز ، فالإتصال يتضمن تفاعلات متبادلة أولها يتمثل فى إرسال وإستقبال الرسائل وثانيها فى تحرير وفهم تلك الرسائل وثالثها فى المشاركة والتناغم مع أفكارها :

وتتلخص مكونات العملية الاتصالية فى المقولة الشهيرة التى أوردها عالم الاتصال الأمريكى هارولد لاسويل من يقول ماذا ؟ بأية وسيلة إلى من وبأى تأثير ؟من يقصد بها المرسل أو القائم بالاتصال الذى يوجه الرسالة سواء أكان فردا أو جهازا إعلاميا ، وسواء أكان دار صحفية أو إذاعة أو تليفزيون أو غير ذلك . يقول ماذا ؟ يعنى ماهية الرسالة الإعلامية مضمونها . شكلها ، مكوناتها . بأى وسيلة ؟ المقصود بهذا العنصر الوسيلة التى تحمل الرسالة الإعلامية سواء أكانت وسيلة سمعية أو بصرية أو وسيلة مقروءة . لمن؟ويعنى بهذا العنصر الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية ، ونوعية هذا الجمهور ثقافته ، مستواه الاقتصادى عمره ، نوعه . بأى تأثير . التأثير هو الهدف النهائى للرسالة الإعلامية وهو الذى يتمثل فى رجع الصدى إلى المرسل ، نتيجة للتأثر بالرسالة(١) .

فالعملية الاتصالية إذن تشمل على خمسة عناصر أساسية :-

أولا : القائم بالاتصال « المرسل » ، ثانيا : الرسالة .

ثالثا : الوسيلة ، رابعا : المستقبل .

خامسا : التأثير أو رجع الصدى .

---

(١) د - محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ص ٢٨

القائم بالاتصال فى الإعلام الإسلامى

والقائم بالاتصال فى أى نوع من أنواع الاتصال يشمل كل الذين يشتركون فى إعداد الرسائل الاتصالية ، والقائم بالاتصال يعتبرا عنصرا من العناصر التى تخضع لحسن الاختيار ، ولذلك لابد من إختيار أفضل العناصر التى ستقوم بتوصيل الرسالة الاعلامية الإسلامية ولابد أن تتوافر فيهم مهارات أساسية تمكنهم من إعداد الرسالة بدقة ، والتعبير عن الأفكار ، وإستخدام الكلمات التى تعبر عن المعانى بأكبر قدر من الوضوح وفى شكل يستطيع المتلقى أن يفهمه ، وأن يستخدم القائم بالاتصال أيضا اللغة فى شكل دقيق بحيث يصبح المعنى واضحا لدى المستمعين أو . . . المشاهدين ، فمقدرة القائم بالإتصال اللغوية عنصر هام فى عملية الاتصال وضعف مهارات الاتصال تحد أو تقيد أفكارنا وقدرتنا على التأثير فى تلك الأفكار(١) .

والقائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى هو ذلك الشخص المحترف الذى يستهدف التأثير فى الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويعبر عنها فى سلوكه وتصرفاته ، ويستخدم لذلك كافة إمكانات وسائل وأشكال الاتصال المتاحه ، ومختلف الوسائل الإقناعيه من أجل تكوين رأى عام يدرك حقائق الدين الإسلامى ويعيها جيدا ويتأثر بها فى معتقداته ومعاملاته وذلك وفق منهج علمى مدروس ومخطط ومستمر ، ودون أن يبغى بذلك منصبا أو جاها(٢) .

---

(١) د . جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ ، ص ١٣٢ .

(٢) د . منير حجاب ، ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال فى حقل =

فلا ريب أن القائم بالإتصال يعد عنصرا فعالا وقويا فى عملية الاتصال ولا يمكن لأى فكرة أو دعوة يكتب لها النجاح دون وجود قائم بالإتصال مؤمن بها، وقادر على حسن عرضها ، ولهذا فإن إعـــداد الإعلاميين الإسلاميين على درجة كبيرة من الأهمية ، لذلك يشترط فى القائم بالإتصال فى الإعلام الإسلامى شروط خاصة يمكن أن نوجزها فيما يلى :-

١ - الموضوعية التامة والحيدة والنزاهة والأمانة فى نقل القيم الدينية والتعاليم السماوية ، لأنها ليست تعاليمه الخاصة أو النابعه من عنده أو من فكره وإنما هى من عند الله ، ومرسلة لكل البشر عامة ، وليس القائم بالاعلام الإسلامى إلا قائم بتوصيل هذه المعلومات ، وعليه أن يعرضها بأمانة وموضوعية وصدق فى أقواله وتصرفاته وأفعاله ، ولذلك فإن الإعلام الإسلامى يجب أن يقوم به مسلمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة(١)

٢ - الذكاء والحذق والقدره على التصرف ، والمقدرة العلمية والموهبة الفطرية والقدرة على الحوار والمناقشة ، والدراسة الإعلامية الشاملة المتخصصة والمتعمقة .

٣ - أن يعرف اهتمامات الجماهير والمستويات المختلفة للجماعات التى تشكل جمهور المستقبلين لرسالته .

٤ - الثقافة الإسلامية والتاريخية والأدبية واللغـــوية والإنسانية بوجه عام .

= الإعلام الإسلامى بحث مقدم إلى ندوة الإسلام الإسلامى المتقدم فى مركز صالح كامل ، بجامعة الازهر - القاهرة ذو القعدة ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٤

(١) د . عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الاسلامى مرجع سابق ، ص ٤٠ ، ٤٨

٥ - القدرة على استيعاب القضايا والمشاكل المطروحة فى مختلف مجالات الحياة ، وأن يكون قلبه مفعما بالحب متمنيا الهداية والخير للجميع.

٦ - أن يعالج قضاياه فى هدوء واتزان ورويه ، وأن يمتلك المقدرة على الإقناع والتأثير والعدالة فى الحكم على الأشياء .

٧ - المقدرة على القراءة الواعية والإستماع والكتابة والحديث والتفكير السليم ، واليقظة الكاملة(١) لكل ما ينشر فى وسائل الاعلام العالمية ، وما يثار من قضايا ومستجدات .

فضلا عن ذلك هناك بعض الأمور التى يجب على القائم بالاتصال مراعاتها لإدراك المستقبل وتأثره بالرسالة الاتصالية .

(١) يجب على القائم بالاتصال أن يتوقع قيام الجمهور بتكوين اعتقادات واتجاهات نحوه شخصيا وأن ذلك سوف يؤثر على استجاباتهم للرسالة التى يرغب فى توصيلها لذلك ينبغى على القائم بالاتصال أن يكون حذرا وأن يرسل إلى الجمهور إشارات عن شخصيته واتجاهه تجعل إدراكهم له إيجابيا .

(٢) على القائم بالاتصال أن يدرك أنه فى أثناء قيامه بعملية الاتصال فإن الجمهور يقوم فى نفس الوقت بالتفكير فى مضمون الرساله بالإضافة إلى التفكير فى أشياء تتصل بالقائم بالاتصال نفسه .

(٣) يجب على القائم بالاتصال مراعاة القاعدة التى تقول بأن : خصائص الشخصية يتم إدراكها فى مجموعات ، وعليه أن يحاول أن يدركه الناس على أنه يتميز بأكبر عدد ممكن من الخصائص الطيبة .

(٤) على القائم بالاتصال أن يحصل باستمرار على أكبر قدر من رجع

---

(١) د. محى الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى والقواعد والاهداف والاصول ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى ، مركز صالح كامل ص ١٧

الصدى أو المعلومات عن تقييم الجمهور له سواء بالإيجاب أو السلب وعليه بعد ذلك أن يحاول تدعيم الجوانب الايجابية وتغيير السلبية فيها .

(٥) إذا كان القائم بالاتصال يخاطب جمهور لأول مرة فإن عليه أن يكون حريصا جدا لكي يجعلهم يدركونه بالشكل الذى يريده(١) .

ثانيا : الرسالة :

والرسالة هى إحدى مكونات العملية الاتصالية الاعلامية ، وهى النتاج الفعلي المادى للقائم بالاتصال أو مصدر الرسالة الاعلامية ، فحينما نتحدث فالحديث هو الرسالة ، وحينما نكتب فالكتابة هى الرسالة ، وعندما نرسم فاللوحة هى الرسالة ، وحينما نعد برنامجا تليفزيونيا أو إذاعيا فالبرنامج هو الرسالة .

فالرسالة هى المادة الخبرية أو الثقافية أو الدينية أو الترويحية أو غير ذلك من ألوان الفكر التى اختارها القائم بالاتصال للتعبير عن أهدافه(٢) . وينبغى أن تتوافر للرسالة الاعلامية كل الظروف المناسبة التى تهيء لها النجاح ، وتزداد فاعلية الرسالة الإعلامية إذا كانت تتمشى مع الاحتياجات التى تؤدى إلى تحقيق الهدف ، وأن تأخذ فى الاعتبـــار القيم السائدة والمواقف والآراء الخاصة بالمتلقى ، ومراعاة الجوانب التعليمية الثقافية لدى المتلقى .

ويمكن أن نقدم هنا أبرز العوامل التى تساعد على نجاح الرسالة الإعلامية فيما يلى : -

---

(١) فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، الأسس النفسية والاجتماعية القاهرة ، دار الفكر العربى ، ط ١ ، ١٩٨٥ ، ص ٦٣

(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامى فى ضوء الإسلام ، القاهرة دار الوفاء للنشر ، ١٩٨٨ ، ص ١١١

١ - أن يراعى فى الرسالة أن تهم أكبر عدد ممكن من الجماهير المستقبلة لها، وأن تشعر هذه الجماهير بحاجتها إلى موضوع الرسالة وأن تعالج مشا كلهم، وتتناول مختلف قضاياهم.

٢ - أن تعد الرسالة بما يتناسب والظروف الخاصة التى تحكم كل وسيلة إعلامية وخصائص كل الوسائل الإعلامية، وتأثيرها ودراستها.

٣ - يجب مراعاة المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية

٤ - أن توجه الرسالة باللغة التى يفهمها الجمهور ويتجاوب مع معانيها، وهذا يتطلب من القائم بالاتصال جهدا كبيرا فى صياغة الرسالة، حتى يتأكد أنها تحتوى على المعانى التى يقصدها على وجه التجديد ويتطلب ذلك كما سبق القول معرفة الداعية بمستوى الجمهور الذى سوف يستقبل رسالته من حيث اللغة على الأقل.

٥ - يجب ألا تأتى الرسالة متناقضة مع عادات المجتمع وتقاليده وأن تأخذ فى اعتبارها اهتمامات المجتمع والجمهور الذى توجه إليه.

٦ - أن تتميز الرسالة الإعلامية بالبساطة والوضوح، وأن تستبعد منها العبارات والألفاظ المعقدة والغامضة.

٧ - يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية فوق ذلك كله بالصدق والواقعية والشمول وجمال الأسلوب، مع وضوح البيان والتشويق، والالتزام بالأخلاق الإسلامية.

ثالثا : الوسيلة :

والوسيلة هى الأداة التى تحمل الرسالة إلى المتلقى، والوسيلة تتنوع

---

(١) المرجع السابق، ص ١١٣؛ د. محيى الدين عبد الحليم، الإعـــلام الإسلامى وتطبيقاته العملية مرجع سابق، ص ٣٧، ٣٨

حسب استخدام كل منها ، ويتوقف اختيار الوسيلة - على قدرات القائم بالاتصال ، وعلى قدرة الوسيلة على حمل وتوصيل الرسالة الاتصالية فيجب التأكيد على درجة التأثير الاعلامى لكل وسيلة إعلامية حيث أن لكل وسيلة امكاناتها التى تميزها عن غيرها ، والتى تتيح لها قدرات خاصة تلقى عليها مسئوليات تتفق وطبيعتها ، وتتلاءم مع قدرات الجمهور المتلقى وامكاناته الثقافية ووضعه الاجتماعى ، وانتقاء الوسيلة يؤدى إلى تحقيق الهـدف المنشود من الإعلام ، فجمهور الأميين يناسبهم الراديو ، وجمهور القراء يناسبهم الصحف ، وكل طائفة لها وسيلة مناسبة لها ، كما أن لكل وقت وسيلة مناسبة فصدور الصحف فى وقت غير مناسب يؤدى إلى عدم توزيعها ، والإذاعة فى منتصف الليل فقط لن تجد كل المستمعين ، والارسال التلفزيونى غير مناسب فى أوقات الانشغال بالعمل(١) .

وتنقسم وسائل الاعلام بوجه عام إلى عدة تقسيمات فهناك من يقسمها إلى وسائل قديمة مثل الخطابة والندوات والأسواق والمناداة وإشعال النيران على رؤوس الجبال . ووسائل حديثة مثل المطبوعات والإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والأقمار الصناعية ، وهناك من يقسمها إلى وسائل مقروءة وتشمل الصحف والمجلات والدوريات والكتب والنشرات والكتيبات واللافتات والملصقات ، ووسائل سمعيـــة وتشمل الإذاعة والتسجيلات الصوتية المختلفة وغيرها من الوسائل التى تعتمد على عنصر الصوت وحده .

ووسائل بصرية ، وتضم هذه الوسائل المعارض والنصب التذكارية

---

(١) المرجع السابق ص ٣٨ ، د. عبد الوهاب كحيل : الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ، ص ٤٣ . (٢)

والإعـــلام واللافتات وغير ذلك من الوسائل التى تعتمد على حاسة النظر وحدها .

وسائل سمعية بصرية وتضم الوسائل التى تجمع بين الصوت والصورة مثل العروض السينمائية والتليفزيون والمسرح(١) .

ويجب أن نسجل هنا إشارة أن الاسلام لا يمنع من استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى بكل أنواعها صحافة - إذاعة - تليفزيون - سينما - مسرح فى إطار الضوابط والأخلاقيات الإسلامية . والإعلامى المسلم مطالب بأن يخاطب الناس بالوسيلة المثلى التى تخدم أهداف الإعلام الإسلامى، ولا تتنافر مع ما جاء فى كتاب الله وسنة رسوله(٢) .

خصائص وسائل الإعلام :

أثبتت البحوث والدراسات الحديثة أن كل وسيلة من وسائل الإعلام لها خصوصيتها ومميزاتها التى تنفرد بها عن أية وسيلة أخرى ، وإذا كانت هذه الدراسات أثبتت أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة على الاقناع عن الراديو وأن الراديو أكثر قدرة من الصحافة المقروءة أو الإعلام الطباعى، والاعلام المرئى ويقف وسطا بين الاتصال الشخصى والراديو إلا أن الواقع يؤكد أن القدرة الاقناعية لهذه الوسائل تختلف وفقا لظروف كل رسالة إعلامية وطبيعتها ، فمن الموضوعات والقضايا ما تتطلب تقديمها للمتلقى فى وسيلة ما دون أخرى ، لإحداث التأثير المطلوب(٣) .

---

(١) د. محى الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية ، مرجع سابق ، ص ٢٩

(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامى ، مرجع سابق ، ص ١٣٩

(٣) د . محى الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى ، الأصول والقواعـــد والاهداف ، بحث سابق ، ص ١٩

خصائص الاتصال الشخصي :

الاتصال الشخصي من أكثر الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها الرسول في التبليغ والاعلام عن دعوته ، ومن صورها :

١ - الاتصالات التي كان يجريها الرسول مع أصحابه وأفراد أسرته في مراحل الدعوة الأولى .

٢ - الرسل الذين بعث بهم إلى الملوك والأباطرة في الممالك المجاورة

٣ - لقاءاته الشخصية مع أفراد القبائل التي وفدت إلى مكة في المواسم والمناسبات(١) .

ورغم أن التقدم الهائل في وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة وقدرتها في توصيل الأفكار والآراء والمعلومات ، والسيطرة على عقول وقلوب الجماهير والتحكم في آرائهم ، وتغيير الاتجاهات وتحويل الولاء ، إلا أنه من خلال التجارب العملية ثبت أنه لا غنى عن الاتصال الشخصي في تحقيق التأثير المرجو في تغيير الاتجاهات وتوجية السلوك وتشكيل الآراء وبث المفاهيم ، فلا يكفي أن يستمع غير المسلمين إلى حقائق الإسلام عبر الإذاعة أو التليفزيون ، أو من خلال القراءة في الصحف ، لأن مرحلة التعرف لابد وأن تلحقها مرحلة الاقتناع والتبني واللقاءات المباشرة التي يتم فيها تبادل الآراء والأفكار ، أي أن الاتصال الجماهيري لا يمكن أن يغني عن الاتصال الشخصي أو الاتصال المباشر(٢) .

ومن خلال تجربة للباحث W.H. Write في هذا المجال أكد أن الاتصال

---

(١) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامي ، مرجع سابق ، ص ١٣٢ ، ١٢٣

(٢) د . محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامي ، الأصول والقواعد والأهداف . مرجع سابق ، ص ٢١

الشخصى المباشر أكثر فاعلية من الصحافة والراديو والكلمة المرئية وقد تركزت تجربة الباحث حول التأثير السيكولوجى للاتصال على المتلقى، واعتمد فى دراسته على عرض مضمون إعلامى ثابت عن طريق تعدد وسائل الإعلام والاتصال المختلفة على جمهور معين «عينة ثابتة» تتكون من ٣٤١ طالبا جامعيا، وقسم الجمهور إلى عدد من المجموعات الصغيرة والخاصة بكل وسيلة مستخدمة، وكان المضمون عبارة عن موضوعات مختلفة، وهى الحرب والدين وتحديد النسل وتوزيع الثروة، وكانت وسائل الاتصال والإعلام عبارة عن محاضرة والراديو ذو الدائرة المغلقة، والكلمة المطبوعة، واختصت كل مجموعة بوسيلة من هذه الوسائل، وكانت النتيجة أن المحاضرة أكثر فاعلية فى تغيير الآراء عن غيرها من الوسائل الأخرى، ثم كانت المادة المطبوعة أقل فاعلية فى تغيير الآراء من الراديو والمحاضرة معا ولكن على المستوى السريع، وعلى أية حال فإن التأثير والاقتناع يرجع إلى عاملين رئيسين:

١ - طبيعة الموضوع الذى تعالجه الرسالة الإعلامية.

٢ - طبيعة الجمهور الذى تخاطبه الوسيلة الإعلامية(١).

خصائص الوسائل المطبوعة:

١ - أن وسيلة الإعلام المطبوعة أو الصحافة المقروءة تتميز بأنها أقدر على الاحتفاظ بالمعلومات المنشورة على صفحاتها أطول مدة ممكنة، وهى بهذا تتيح الفرصة لمستقبل الرسالة الإعلامية أن يشاهدها أكثر من مرة.

٢ - أن الإعلام المقروء أكثر ملائمة لنشر الموضوعات ذات التفاصيل المعقدة، مما يساعد على تناول المضمون بكل تفصيلاته التى لا يمكن لوسيلة الإعلام المسموعة أو المسموعة المرئية استيعابه.

(١) د. السيد سلامة، الحملات الصحفية، مرجع سابق ص٤٣.

٣ - أن وسيلة الإعلام المطبوعة يستطيع القارىء أن يطلع عليها فى الوقت الذى يناسبه ويتفق مع ظرفه .

٤ - الصحافة المطبوعة أو المقروءة لها فاعلية فى التعبير عن الآراء والاتجاهات والمشاكل والقضايا ، وهى أفضل وسيلة لتقديم الموضوعات الطويلة والمعقدة ، كما تمتاز المطبوعات أكثر من أية وسيلة بقدرتها على التصرف فى المـــادة التى تتضمنها فى أى حجم وبأية تفصيلات تظهر الحاجة إليها .

٥ - إن الصحافة المقروءة من أهم وسائل الإعلام التى تحقق قدراً من المشاركة الإيجابية لدى المتلقى ، ذلك أن القارىء يكون مضطرا إلى تشغيل خياله لتتبع المعانى أو تكوين الصور الخيالية التى توضح ما يقرأ بعكس المؤثرات المرئية والصوتية التى يتعامل معها فى التليفزيون والسينما والإذاعة(١) .

٦ - تستطيع المطبوعات أن تنقل آراء النخبة والعلماء والأدباء والفنانين فى بلاد متفرقة ، يستطيعون من خلالهـــا الاتصال والتزود بالأفكار والاطلاع على أفكار بعضهم البعض .

٧ - أن السيكلوجية الإعلامية لدى الجماهير تفضل تلقائيا أن تقرأ الوقائع ، فرغم أن الإذاعة تعتبر أسرع وسيلة فى نقل الخبر ، لكن الجماهير يظل لديها رغبة ملحة لأن تقرأ وتشاهد نفس الخبر أو الحديث داخل الصحيفة .

٨ - أن الوسائل الإعلامية المطبوعة يمكن من خلالها نشر الموضوعات ذات الصفة العلمية والموضوعات المعقدة بخلاف الإذاعة والتليفزيون .

(١) انظر المرجع السابق ، ص ٤٥ - ٤٦ ، د . يوسف مرزوق ، مدخل إلى علم الاتصال - القاهرة الانجلو المصرية ١٩٨٦ م ص ١١٢ - ١١٣

٩ـ الصحيفة (جريدة ـ مجلة) تلائم الجماهير المتخصصة (طلاب ، عمـــال ـ فلاحين ـ أطباء ـ طوائف مختلفة ـ الحركات الثورية وجماعات الضغط وغيرها(١) .

خصائص الوسائل المسموعة :

أكدت البحوث التى أجريت فى هذا الشأن أن الراديو أقوى فى التأثير على المتلقى من الصحافة لقابليه الأيحاء ، وهذه القابليه تزيد بصورة أكثر وضوحا ، لأن الغالبية من مستمعى الراديو على مستوى تعليمى أقل من قراء الصحف ، والتعليم هنا يزيد من معرفة الفرد ومن دقة تفكيره واعتزازه بشخصيته ومسئوليته مما يجعله أكثر قدرة على الانتقاء وتمييز الأخبار وبالتالى فإنه يصبح أقل قابلية للانسياق والاستهواء .

وهناك تجارب أجراها الباحث الأمريكى لبرنر فى كل من مصر ولبنان وسوريا والأردن ، وأكدت أن ٦٣٪ من الجماهير العربية فى الأقطار الثلاثة السالفة الذكر تفضل الإذاعة على الصحافة ، بينما كانت النتيجة عكسية فى مصر بالذات حيث فضلت نسبة كبيرة الصحافة(٢) . وعلى أية حال فالوسائل المسموعة لها خصائص معينة نوجزها فيما يلى :

١ ـ السرعة وهى من أبرز مميزات الراديو الإعلامية ، فالإذاعة أقدر الوسائل الإعلامية فى سرعة بث الأخبار إلى كافة انحاء العالم فلا يقف فى سبيلها حدود أو حواجز سياسية أو طبيعية .

٢ ـ الإذاعة تتفوق فى نشر الأحداث المهمة مثل الحروب والمظاهرات والانقلابات وغيرها بنشرها للخبر بسرعة .

---

(١) د . على جريشة ، نحو إعلام إسلامى القاهرة مكتبة وهبة ١٩٧٧ ص ٩٣
(٢) السيد سلامة ، الحملات الصحفية ، مرجع سابق ، ص ٤٣

٣ - يستطيع الراديو أن يخاطب كل الفئات والطوائف مهما اختلفت درجة التعليم بينها .

٤ - تتميز الاذاعة أيضا بسعة الانتشار ،وخاصة الاذاعات التى تستخدم الموجات القصيرة عالية التردد ، والاذاعات التى تستخدم الأقمار الصناعية ومحطات التقوية .

٥ - لاتحتاج الاذاعة إلى مجهود من جانب المستمعين فى حالة التعرض ، ولا تتطلب تركيزا كاملا لمتابعة البرامج .

٦ - الاقتراب الشخصى فالاذاعة تجعل الانسان يشعر أنها تتحدث إليه فقط .

٧ - يستطيع الراديو أن يجذب المستمع ويستحوذ على إهتمامه لمتابعة برامجه ، وذلك لأنه يستخدم عناصر ثلاثة تضفى على المادة الاذاعية جاذبية خاصة ، وهذه العناصر الثلاثة هى المؤثرات الصوتية والموسيقى والحوار .

٨ - يؤثر الراديو فى أغلب الناس تأثيرا كبيرا ، وهو تأثير التوجيه الشخصى الخاص ، فينقل إلى المستمع عالما من التفاهم غير المنظور، موفرا له بذلك خبرة خصوصية ، تمس أغوار النفس البشرية .

٩ - لا يتطلب الاعلام الاذاعى من المستمع قدرة ثقافية معينة، كما يتطلب ذلك العديد من وسائل الاعلام الأخرى، وبذلك يزداد تأثيره عمقا وخطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم، وكذلك كلما انخفض المستوى الاقتصادى للأفراد(١) .

---

(٢) د . محى الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية ، مرجع سابق ، ص ٤٣

خصائص الإعلام المرئى :

١ - إن الاذاعة بنوعيها مسموعة ومرئية تخلق إعلاما سريع الأثر ، لأن العمق الاتصالى يعتمد على التركيز والاهتمام والوعى المناسب لدى المستقبل، وهذا العمق لايتحقق فى الإرسال الإذاعى بنفس درجة تحققه فى الإرسال الطباعى .

٢ - إن الفكرة المسيطرة على سيكولوجية المشاهد بالنسبة للتليفزيون أنه أداة ترفيهية مثل الاذاعة المسموعة ، ولايتطلب من المتلقى التركيز بطريقة فعالة ، فضلا عن أن التليفزيون يحقق الاستهواء السريع .

٣ - يتميز التليفزيون بأنه يجمع بين العناصر الثلاثة المؤثرة فى خيال الجماهير ، وهى الصوت والصورة والحركة .

٤ - إن التليفزيون أقرب وسيلة للاتصال المواجهى أو الشخصى ، وينفرد بقدرته على تكبير الأشياء الصغيرة ، وتحريك الأشياء الثابتة .

٥ - بعد التقدم التكنولوجى فى البث التليفزيونى ، أصبح التليفزيون.. وسيلة عالمية خطيرة فى التأثير على الرأى المحلى والعالمى .

٦ - تتطلب مشاهدة التليفزيون التفرغ الكامل لمتابعة برامجه ، والتركيز الكلى لذلك من جانب مشاهديه .

٧ - يستطيع التليفزيون أن يقدم المادة الإعلامية قبل أن تمضى على حدوثها فتره زمنية طويلة ، ويستطيع الآن منافسه الراديو بعد التقدم الخطير فى تكنولوجيا الاتصال وبعد إستخدام الأقمار الصناعية فى البث التليفزيونى وشبكات الكابل .

٨ - إن التليفزيون يتفوق على مختلف وسائل الإعلام الأخرى بصورة منقطعة النظير فى الأحاديث السياسية التى يلقيها رؤساء الدول والحكومات والحكام والزعماء والقادة ، وكذلك الأزمات السياسية المحلية والدولية والتوازن ، والحروب والمباريات الرياضية المهمة .

٩ - إن وجود التليفزيون فى البيوت يغنى المشاهدين عن الذهاب إلى أماكن قد تكلفهم جهود لا يريدونه ، أولا يقدرون عليه(١) .

٤ - المستقبل :

وهو العنصر الرابع فى العملية الاتصالية ويطلق على الشخص أو الأشخاص الذين يستقبلون الرسالة الإعلامية ، والمستقبل فى الإعلام الإسلامى هو الإنسان أيا كان موقعه ، لأن الإسلام رسالة الله الخالدة بعث الله به محمدا صلى الله عليه وسلم إلى الناس كافة ، ولابد فى هذا الإطار أن يتم دراسة جمهور المستقبلين للرسالة الإعلامية الإسلامية دراسة وافية ، حيث يتوقف على ذلك نجاح العملية ، حيث يختلف الجمهور فى خصائصه الاجتماعيه والنفسية والثقافية والعلمية والمادية، فضلا عن الخصائص الذاتية كالسن والنوع والمهنة والدين والحالة النفسية والعقلية والجسمية والمكان والزمان(٢) وغير ذلك عما يتصل بجمهور المستقبلين أو يجعل الرسالة تلق قبولا لديهم .

٥ - رجع الصدى :

وهو العنصر الأخير فى العملية الاتصالية، وهو دليل إستجابة المستقبل للرسالة، وهو فى نفس الوقت رسالة ثانية من المستقبل للمصدر ، ورد الفعل يسمى إيجابيا إذا تحقق التأثير المقصود ، ويسمى سلبيا إذا لم يتحقق التأثير ، ومن ثم يبحث القائم بالاتصال فى تعديل رسالته إذا أراد أن يحقق التأثير المطلوب(٣) .

وفى الاتصال الشخصى يقوم كل شخص بالاستجابة المباشرة على رسالة الآخر بشكل مباشر ، ويستطيع المرسل أن يلاحظ تأثير رسالته على

(١) المرجع السابق ص ٤٥ - ٤٦

(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامى ، مرجع سابق ص ١٤٥

(٣) د . محمد سيد محمد ، المسئولية الإعلامية فى الإسلام ، مرجع سابق، ص٢٧

المستقبل ، وربما يعدل من سلوكه الاتصالى أو يستمر فيه ، وفقا لما يلاحظه أو يشاهده ويسمى رد الفعل الذى يصدر عن المستقبل ، والذى يلاحظه المرسل رجع الصدى ، ويرى ولبورشرام أن القائم بالاتصال إذا قام بتلقى الرسالة التى قام هو نفسه بتصميمها، وكأنه فرد من الجمهور .. المستهدف بهذه الرسالة فإن ذلك يشكل نوعا من أنواع رجع الصدى ، ويشير التعبير رجع الصدى ،إلى إعجاب المستقبل أو عدم إعجابه بالطريقة التى قدمت بها الرسالة وبالمرسل أيضا ، بالإضافة إلى الاستجابة على المضمون الذى يحتوى عليه الرسالة .

وفى حالة الاتصال الشخصى أو الجمعى يكون رجع الصدى مباشرا وسريعا ولكنه مايلبث أن يقل فى مداه وفى تكرار حدوثه عندما يزداد حجم الجمهور المستقبل، حتى يكاد ينعدم تمام فى الاتصال الجماهيرى،وفى الواقع فإن مشكلة قلة أو غياب رجع الصدى تعد من المشاكل التى تواجه الاتصال الجماهيرى ، حيث أن القائمين بالأعمال غالبا مايجهلون استجابة الجمهور على رسائلهم أو ردود أفعاله عليها ، ومن ثم لا يستطيع القائمون بالاتصال تعديل رسائلهم فى المستقبل لكى تأخذ ردود الفعل هذه فى الاعتبار(١) .

---

(١) فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، مرجع سابق ، ص ١١٤

الفصل الرابع

إستراتيجية الإعلام الإسلامى

استراتيجية الاعلام الإسلامى

فى الحقيقة أن البحث فى إيجاد أو وضع تصور لإستراتيجية للإعلام الإسلامى فى غاية الأهمية ، مهمة إسلامية بالدرجة الأولى وإعلامية فى الوقت ذاته ، ولا سيما فى وسط هـــذا التقدم الهائل فى تنقية الإعلام والاتصال وثورة المعلومات على المستوى العالمى والاقليمى ، ووسط هذه الظروف الصعبة التى تمر بها الأمة الإسلامية ، والتحديات الفكرية والاقتصادية والسياسية التى تواجهها .

مفهوم الاستراتيجية :-

إن لفظة استراتيجية لفظة مجردة شأنها فى هذا شأن ألفاظ الديمقراطية والحرية .. وغيرها من الألفاظ التى دخلت إلى اللغة العربية ، ولا يستبعد أن تكون لهذه اللفظة معان مختلفة فى أذهان أشخاص مختلفين . وربما اشتقت لفظة استراتيجية من الكلمة اليونانية القديمة استراتيجوس التى تطلق على قائد الجيش ، وأحيانا ينطق اسمه استراتيجوس ويكاد جميع الذين تناولوا هذا الموضوع يتفقون على أن الاستراتيجية منهاج للتفكير تقتضيه القيادة ، أو الزعامة ، وأنها عادة فى التفكير وأنها القدرة على التفكير فى المشكلة بأسرها تفكيرا شاملا جامعا بما فى ذلك مستقبل المشكلة بعد الفوز أو الهزيمة(١) .

وفى معجم وبستر الكبير يعرف الاستراتيجية بأنها : « العلم والفن الخاصان باستخدام القوة المسلحة لدولة محاربة لتحقيق أهداف الحرب .. »

---

(١) ادوارد بيرنز وآخرون ، العلاقات العامة فن ، القاهرة دار المعارف ، ١٩٥٩ ، ص ٩٥ . ترجمة حسنى خليفة ووديع فلسطين .

وتحدثنا دائرة المعارف البريطانية : بأن لفظة الاستراتيجية قد استعملت أولا كمصطلح عسكرى فى أوائل القرن الثامن عشر حين بدأت الجيوش يومذاك تزداد ميلا إلى الاحتراف وكثرة التكاليف . وفى كتاب عن الحرب لكلاوسفتوورد تعريف للاستراتيجية بأنها « فن استخدام المعارك باعتبارها وسيلة لكسب أهداف الحرب » والاستراتيجية تعتمد قبل كل شىء على التقدير والتنسيق السليمين للهدف وللوسائل المتاحة ، فلابد للهدف أن يكون متناسبا مع الوسائل المتاحة ، كما أن كل وسيلة تستخدم لبلوغ أهداف ثانوية ينبغى أن تكون متناسبة مع الأهداف(١) .

رأينا أن كلمة استراتيجية استخدمت أول ما استخدمت فى الاصطلاح العسكرى ، ولكنها استخدمت فيما بعد للدلالة على المهارة والتخطيط والإدارة ، بل إن العلوم الاجتماعية ومنها علوم الاعلام حينما استعارت هذا الاصطلاح أضفت عليه مفهوما شاملا يعنى الخطة العامة والتخطيط(٢) لوسائل تحقيق الأهداف ، فالإستراتيجية تعنى التخطيط لأن التخطيط بصفة عامة أسلوب علمى يتم بمقتضاه إتخاذ التدابير العملية لتحقيق أهداف معينة مستقبلية ومن وسائله تعبئة الامكانات ، وتنسيق القوة وتوجيه الطاقة المتاحة بحيث يكفل تكتيل الجمهور وتوفير العلوم والفنون والتقنية المتقدمة فى وسائل الاعلام .

ويؤدى التخطيط القائم على أسس علمية إلى وضع أهداف معينة ورسم سياسات محددة ، وإعداد خطط كاملة ، وإتخاذ اجراءات محكمة

---

(١) المرجع السابق ، ص ٩٩

(٢) د. السيد عليوة استراتيجية الإعلام العربى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٠ م ، ص ٢١٨

بوضع هذه الخطط موضع التنفيذ بأكبر قدر من الكفاية والفعالية وبأعلى عائد ووفق برنامج زمنى معين(١) .

والتخطيط الاعلامى فى دولة ما هو إلا حصر القوى الإعلامية فيها من طاقات بشرية. وأجهزة إعلامية ومعدات ومؤسسات، بدءا من النشرات الصغيرة إلى المؤسسات الصحفية إلى الإذاعة والتلفزيون ، إلى دور الثقافة والاستماع والمشاهدة إلى دور العرض والاستوديوهات وغير ذلك من المؤسسات الفاعلة . التى تعمل على توجيه هذه القوى لتحقيق أهداف المجتمع، ومن بينها أهداف الخطة الإعلامية ، ولا بد من هيئة قومية تشكل بمنتهى الدقة ويتحقق فيها التكامل بين المفكرين والمنفذين ، ومن بيدهم تقديم العون المادى لتيسير وتدفق العمل الاعلامى(٢) .

فاستخدام التخطيط الاعلامى القائم على أسس علمية ، والذى يأخذ فى اعتباره التقسيم الجغرافى والنفسى والعقائدى يجعل من الاعلام أهمية فى التأثير على الجماهير ، وتنفيذ الأهداف المرغوبة الأمر الذى جعل بعض المؤرخين والمتخصصين فى الاعلام يرى أن التخطيط الاعلامى والقائم على أساس الدراسة وبعد النظر ، يمكن أن يؤثر فى قرارات الأمة ، وتحويل مجرى تفكيرها تجاه بعض القضايا والأفكار المطروحة(٣) .

إن الاستغلال الأمثل لإمكانيات وسائل الاعلام ، ولا سيما الإذاعة والتليفزيون لا يمكن أن يتم إلا من خلال تخطيط علمى سليم ، وفى إطار

---

(١) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامى ، مرجع سابق ، ص ١٨ .

(٢) د. محمد سيد محمد ، المسئولية الاعلامية فى الاسلام ، مرجع سابق ، ص ٦٠

(٣) د . إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع سابق ص ٣١٠-٣١١

سياسة إعلامية عريضة ، واستراتيجية طويلة المدى ، من خـــلال تصور واضح تـكون الإمكانات فيه محددة ، والأولويات معروفة ، وما علينا إلا تحديد الأطر الزمنية للخطط المرحلية التي يتم فى إطار إستغلال تلك الإمكانات المتاحة لخدمة الأمة وأهدافها الإعلامية والإسلامية ، ومن خلال هذا المنظور ، فإن التخطيط لإنتاج مواد إعلامية تخدم الإسلام لابد من مراعاة الاعتبارات التالية :-

١ - وضوح الرؤيا والدور الذى يمـكن أن تؤديه هذه المواد سواء فيما يتعلق بتعميق الإيمان بالمعتقدات الإسلامية لدى المتلقين أو بنشر السلوكيات الصحيحة ، أو بتقديم الفهم الصحيح للدين الإسلامى مع الابتعاد عن مواطن الخلاف التى تثير الجدل والشقاق بين أبناء الأمة .

٢ - التنسيق والتـكامل بين المواد الاعلامية فى الصحافة والإذاعة والتليفزيون ، والـكتاب الاسلامى بحيث لا يحدث تعارض بين ما تقدمه هذه الوسائل من قضايا وما تعالج من مشكلات بل يجب أن تستفيد كل وسيلة مما تقدمه الوسيلة الأخرى فالبرامج التى تتحدث عن آخر منجزات العلم مثلا هى فى الوقت ذاته تقدم خدمة لبرامج الدعوة ، التى تهدف إلى توضيح أن الاسلام يدعو إلى حرية العقل والتفـكير فى خلق الله سبحانه وتعالى .

٣ - تحديد الأهداف لما تقدمه وسائل الاعلام ، وما يمكن لها أن تحققه ، وأن تـكون هذه الأهداف واقعية وشاملة ومتوافقة مع مبادىء الدعوة الإسلامية .

٤ - توظيف فنون وأساليب الاعلام لانتاج وسائل إعلامية تحمل مضامين الدعوة إلى جماهير المتلقين .

٥ - الاهتمام بتوقيت عرض المواد الاعلامية بحيث يحقق التوافق

بين سمات وخصائص وظروف القطاعات والفئات المختلفة لدى الجماهير .

٦ - على المخطط أن يهتم بآراء المستمعين ورغباتهم سواء من خلال البريد ،أو من خلال البحوث التى تجرى لاستطلاع تلك الآراء والرغبات وأن يعدل من خططه فى ضوء ذلك الصدى .

٧ - إن وسائل الاعلام تخاطب رأيا عاما ، ومن ثم فإنه من المهم أن تعمل المادة الاعلامية على تكوين اتجاهات عامة مؤيدة للأفـــكار التى نتبناها .

٨ - توظيف جميع أدوات التعبير والأشكال الفنية فى العمل البرامجى أو التخطيطى بما فيها الدراما للتعريف بأمور الدين ، فلم تعد الموعظة أو الدرس من خلال الحديث المباشر كاف ، بل يجب استخدام كل هذه الأدوات والأشكال فى إطار قيم الإسلام ومعتقداته لجذب المتلقى فى فى متابعة البرامج الدينية ، لأن الدعوة الإسلامية ليست مجرد كلام يقال ، ولكنها بهذه الوسائل والأدوات تحفز المسلم إلى العمل والإنتاج بضمير ووعى دينى(١) .

فى ضوء ما تقدم فإن البحث عن استراتيجية للإعلام الإسلامى يقتضى أول ما يقتضى الحديث عن أربع قضايا كبرى هى تحديد الأهداف ثم اختيار أنسب الوسائل لتحقيق هذه الأهداف ، ثم مراعاة المتغيرات والبدائل أثناء محاولة تحقيق الأهداف .

---

(١) عبد المنعم ثابت ، التخطيط لانتـــاج برامج إذاعية وتليفزيونية تخدم الدعوة الإسلامية ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى المنعقدة فى مركز صالح كامل بجامعة الأزهر - القاهرة ذو القعدة ١٤١٢ ، ٢٠ أيو ١٩٩٢ م ، ص ١٠

أولا الهدف من وضع استراتيجة للإعلام الإسلامى : -

ومعنى وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى هو بالدرجة الأولى أن يتحقق لنظام الاعلام الإسلامى كفاءة عالية ، ومستوى جيد فى المضمون وتحقيق للأهداف ، واستخدام أمثل للإمكانات ، وارتقاء الأساليب والنظم والإستفادة القصوى من التقـــدم العلمى الكبير فى مجالات البحوث العلمية والاعلامية والتقنيه العالية فى مجال الاتصال والحاسبات الإلكترونية المتطورة .

إن الاعلام فى تطوره المثير فى الوقت الراهن ، وبوسائله المتعددة من صحافة وإذاعة وتليفزيون يؤثر تأثيرا كبيرا فى توجيه الرأى العام ، ولم يعد يؤدى دوره فقط فى نطاق المعلومات والمعارف ، ولكنه أصبح يمارس دورا مماثلا فى مجال التأثير على القيم والتقاليد وخلق العادات . وما إعلانات السلع التى تبث عبر قنوات التليفزيون إلا نموذجا من نماذج ذلك النوع من التأثير ، الامر الذى يعزز من خطورة وفعالية أجهزة الاعلام الشديدة الخطورة فى هذا العصر ، ويبين مدى الخسارة الفادحة التى تلحق بالمسلمين والعرب من جراء تخلفهم فى ذلك الميدان أو غيابهم عنه .

لقد تطورت وسائل الاعلام خلال هذا القرن الأخير تطورا سريعا ، وقد ترتب على هذا التطور تأثير الاعلام على العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين دول العالم بصفة عامة وعالمنا الإسلامى بصفة خاصة ، وجعل لوسائل الاعلام تأثيرا أيضا على قراراتنا وأسلوبنا فى الحياة ، وبسبب ذلك فإن عبئا ثقيلا يقع على أكتاف أولئك الذين يخططون والذين يعملون فى وسائل الاعلام ، إن اتساع نطاق البث المباشر الذى صار يمكن محطات التليفزيون العالمية من تجاوز الحدود البعيدة ، واقتحام واقعنا الإسلامى

يلفت النظر إلى ضرورة المسارعة إلى تنمية قدراتنا الاعلامية فى مجال الاذاعة المرئية « التليفزيون » بوجه خاص « حتى نصبح قادرين على الصمود فى مواجهة ذلك الغزو الجديد ، وإلا فإن الجماهير سوف تنصرف عما يقدم إليها من خلال الشاشات المحلية لتجد زادها ومتعتها فى ذلك البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية ، التى ترتفع ٢٢٫٣٠٠ ميل فى الفضاء لتوزع الكلمات والصور حول الكرة الأرضية ، وأن الادراك السيكولوجى والإحصاءات السكانية التى تطورت من خلال البحوث الحديثة ساعدت على تشكيل المادة التى يعلن عنها أمام عيوننا وتسمعها آذاننا وأحيانا تركز على الأهداف القريبة المحددة(١) .

من هنا تبرز الحاجة الملحة ويتضح أهمية وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى ، وإذا كانت الأنظمة الاعلامية الغربية والمعـــادية للنظام الاعلامى الاسلامى بوجه عام ، كالصهيونية والشيوعية وغيرها تقوم على استراتيجيات علمية مدروسة وخطط هادفة تحقق أغراضها فى الحرب والسلم ، فأجدر بالنظام الاعلامى الأسلامى أن تكون له استراتيجية بعيدة المدى يمشى على ضوئها مع الأخذ فى الاعتبار المتغيرات الموجودة على الساحة العالمية والساحة الفكرية والعقدية ، وإتجاهات الرأى العام الاسلامى والعالمى .

ويمكن لنا أن نقرر أن الأهداف التى يمكن أن تدرك من وضع استراتيجية للإعلام الاسلامى هي :ـ

أولا : رسم سياسة إعلامية إسلامية مثلى تحدد مسار العملية الاعلامية وتجنبها الانحراف عن أهداف المجتمع الاسلامى وتوفر لها مقومات النجاح

---

(١) آرن ك . أجى . فليب هـ أولت ـ أيدوين ايمرى ، وسائل الإعلام ، ترجمة ميشيل تكلا ، ص ١٣ ـ القاهرة ، الوعى العربى ١٩٨٤ م

فى تحقيق هذه الأهداف ، وأن تضع فى اعتبارها جميع أساليب الاتصال الجماهيرى والمواجهى أو الشخصى ، فلكل نوع من هذه الأساليب له أثره ووظائفه .

ثانيا : تهدف هذه الاستراتيجية إلى تحقيق الأهداف المنوطة بالاعلام الاسلامى بأكبر قدر من الكفاية والفعالية والتأثير على المستوى العالمى والاقليمى والمحلى ، ومراعاة أن تكون هذه الأهداف شاملة لأنشطة الاعلام المتكاملة فى المجتمع الاسلامى محققة لوظائف الاعلام دون أى نقص .

ثالثا : وضع الخطط الاعلامية الاسلامية المتكاملة ، وتوفير الامكانات اللازمة لتنفيذها بأعلى مستوى من الكفاية والتنظيم والتنسيق والرقابة ، بحيث تحقق للإسلام خصائصه الأساسية والتى من أهمها الشمول والعموم والواقعية(١) .

رابعا : مواجهة الحملات الاعلامية المتوالية المضادة للإسلام ، وتصحيح صورته فى أذهان العالم الغربى والشرقى على السواء ، وجمع شمل الأقليات المسلمة خارج ديار الاسلام ، وتوحيد صفوفهم وتصفية الخلافات بينهم .

خامسا : تزويد الرأى العالمى بالرؤية الاسلامية للقضايا المعاصرة والعمل على تطوير وسائل الاتصال فى مجال الدعوة والاعلام وتعريف العالم كله بموقف الاسلام من العقائد والأديان والمذاهب الأخرى .

سادسا : تبنى أنماط أخلاقية ومهنية فى مجال العمل الاعلامى بحيث يكون أكثر التزاما بمبادىء وقيم الاسلام ، وأكثر استجابة لخدمة خطط وأهداف التنمية فى عالمنا الاسلامى ، وتسهيل التفاعل بين الجمهور والعاملين فى حقل الاعلام والدعوة والمخططين والعمل على استمرار ذلك التفاعل .

سابعا : التعرف على قضايا العالم الاسلامى ، وكيفية معالجتها إعلاميا على

---

(١) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامى ، مرجع سابق ، ص ٧٠

الصعيد الدولى ، وتحديد أولويات هذه القضايا ،وإقامة الندوات والمؤتمرات العلمية لدراسة الواقع الاعلامى لدول العالم الاسلامى(١) ، وتطبيق نتائج البحوث المتصلة بخدمة الاسلام والاعلام .

ثامنا : إتاحة الفرصة للناس كافة للتعرض للرسائل الاعلامية الصادرة عن أجهزة الاعلام الاسلامى ، والملتزمة بمناهج الاسلام وإقناعهم بمضمونها وحملهم على السلوك وفقا لما تطالب به .

تاسعا : تأمين التجهيزات والامكانات العلمية والفنية والتنظيمية القادرة على التغطية الاعلامية للعالم بالارسال الاعلامى . والعمل على أن تصل أجهزة وسائل الاعلام القائمة إلى الفعالية القصوى وتؤدى دورها الأمثل فى الاعلام الاسلامى .

عاشر : التحرر من كافة سيطرة أجهزة الاتصال التى تمتلكها القوى المناهضة للاسلام .

حادى عشر : توفير البرامج والمواد الاعلامية الملتزمة بالاسلام وتسجيلها بالطرق الحديثة وضمان نشرها وإذاعتها فى العالم(٢) .

---

(١) د. محمود عبد العاطى ،ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الإسلامية فى عرض القضايا الإسلامية . بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى الذى عقدته رابطة العالم الإسلامى بمركز صالح كامل فى جامعة الأزهر أبريل ١٩٩٢م ، ص ٥ ، ٦

(٢) محمود كريم سليمان ، التخطيط الإعلامى ، مرجع سابق ص ١٥٦

وسائل تحقيق الأهداف :

سبق أن عرفنا أن التخطيط لأى عمل من الأعمال ضرورة تحتمها طبيعة العصر الحاضر ، الذى يعيش ثورة علمية هائلة شملت كل مجالات النشاط الإنسانى ، والعمل الإعلامى بطبيعة الحال لا يقبل الارتجال ، ولكى تتحقق الأهداف لابد من إيجاد وسائل لتحقيقها ، واتخاذ التدابير الكفيلة لإنجاح خطة الإعلام الإسلامى ، ومن أبرز الوسائل اللازمة لذلك هى :

أولا : إستخدام أحدث التقنيات الإعلامية :

لابد من استخدام تقنية عالية فى مجال الإعلام الإسلامى ، والوسائل المستخدمة فى نقل المعلومات وتداولهـــا على نطاق جماهيرى واسع ، منها تكنولوجيا المعلومات التى تعنى التطبيق العملى للاكتشافات العلمية والاختراعات والتجارب فى مجال معالجة المعلومات كالحصول عليها وتخزينها وبثها وتوصيلها أو إرسالها ، وكذلك نشرها أو إذاعتها من خلال الاستفادة أيضا من التكتيكات أو الأساليب الفنية فى الكتابة والطباعة والتصوير الفوتوغرافى والتليفزيونى والسينمائى والتصوير المصغر والميكرو فيلمى ، والاتصالات السلكية واللاسلكية ، فالعالم يشهد الآن انفجار اتصاليا أو بمعنى آخر ثورة فى مجال الإعلام والاتصال والمعلومات ، وهذه الثورة ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية بين الأفراد والمجتمعات .

فالإنسان الآن لا يتصل بمعاصريه فحسب بل بالأجيال التالية من خلال مايحفظه لهم من معلومات وتراث ، وهو يستطيع الاتصال الفورى والسريع بالآخرين فى أماكن نائية فى اللحظة نفسها ، فالأقمار الصناعية تعطى الفرصة لتغطية الأحداث ونقلها إلى أى مكان فى العالم الآن والصحف تطبع الآن فى عشرات الأماكن فى الوقت ذاته . والشركات والمؤسسات تعقد الآن مؤتمراتها عن بعد بالصوت والصورة فى أكثر من قارة فى الوقت ذاته ،

ومراسل الجريدة أو وكالة الأنباء يستطيع تغطية الحدث فى مكانه وإرساله فى اللحظة نفسها إلى مقر جريدته أو وكالته مستخدما التليفون أو التيلكس أو الفاكس، أو يرسله مجموعا إلى ذاكرة الحاسب الاليكترونى لمؤسسته الإعلامية من خلال النهاية الطرفية التى يحملها(١)

والإعلام الإسلامى ليس معناه العودة إلى الوراء لاستخدام الاتصال الشفوى أو الوقوف عند حد الخطبة والدرس الدينى ، مع عدم إنكارنا لأهمية الاتصال الشفوى ، بل يجب أن يستخدم الإعلام الإسلامى جميع وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة لنشر تعاليم الإسلام القائمة على المنهج الإسلامى الصحيح ، فلا يتعارض الإعلام مع استخدام الموجات القصيرة أو الأقمار الصناعية أو المطابع الحديثة أو الألوان الجذابة، أوطرق الإخراج الفنى المشوق الذى يبرز المضامين الإسلامية فى صورة محببة تستهوى الجمهور المستقبل ،وتدفعه إلى قراءتها والاستماع إليها ومشاهدتها ،وبالتالى يتحقق التأثير والاستجابة التى هى هدف الإعلام الإسلامى(٢).

لقد أصبح من المستحيل فى ظل التطورات الجديدة فى مجال الاتصال الدعوة للإنعزال عن العالم الخارجى ، حتى لا نقع تحت تأثير الفكر الأجنبى تحت ستار أنها نتاج إنسانى عام أو ثمرة للتقدم التكنولوجى المادى الذى لا ينتسب إلى حضارة دون أخرى أو لثقافة بعينهادون غيرها، ومن ثم يسهل إخفاء تحيزات الأجنبى الخاصة وميوله ونزعاته التى تطبع إنتاجه المادى والفكرى على السواء ،ولتدارك ذلك الأمر لابد من ضرورة التنسيق والتعاون فى المجال العالمى على مستوى الدول الإسلامية والعربية ،

---

(١) د. محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيرى القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع لسنة ١٩٩٠م ص ٧

(٢) د. عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والطبيقية للاعلام الإسلامى ص ٤٠

ولا سيما فى مواجهة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية وتوابعها والعمل على كسب ثقة العالم الخارجى(١) .

ثانياً - تصنيف الأهداف الإعلامية :

يتحتم على واضعى استراتيجية الإعلام الإسلامى والمخطط الإعلامى أن يضع فى اعتباره تصنيف الأهداف فى مجموعات متناسقة ، ومن الممكن أن تقسم بالنسبة لمحور النطاق أو المحور الجغرافى أو إلى أهداف محلية أو إقليمية وأهداف عالمية . . فعلى النطاق المحلى والإقليمى يتطلب تحصين الجماهير ضد الإعلام الوافد ، والعمل على تحقيق المشاركة والتكامل بين قنوات الاتصال الجماهيرية ، وبين قنوات الاتصال الشخصى فى المناطق المختلفة لسد الفجوة الحالية بين هذه القنوات ، والتى يمكن أن تنفذ منها المضامين الوافدة ، وأن تكون هناك صورة من الاتفاق على الأهداف العامة والأساسية ، وإن اختلفت طرق المعالجة أو الوصول إلى هذه الأهداف(٢) .

فليس ثمة ضرر أن يكون هناك منابر ثقافية أو إعلامية (صحف مجلات - برامج) تخرج بلسان منظمات أو حركات إسلامية ، ولكن الخطر يبدأ حينما تتصور بعض هذه المنظمات أنها اسلامية ، وماعداها نوع آخر غير إسلامى ، ذلك لأن الكاتب أو الصحيفة أو أية وسيلة تعين على توعية الشعب وتنميته اجتماعيا واقتصاديا ، وتعمل على بناء الشخصية القومية والوطنية والإسلامية والدفاع عن قضاياها هى وسائل إسلامية أيضا شريطة ألا تروج للفساد والرزيلة ، ومن هنا يصبح لزاما علينا أن نوسع مفهوم كلمة

---

(١) د. عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٩٠م ، ص ١٥٤

(٢) المرجع السابق ص ١٥٤

إسلامى لتشمل كل الفئات الواعية الطيبة التى تعمل لقوة الأوطان وازدهارها، وأن يكون هناك أسلوب للتعاون المثمر الذى يعين على تنمية الإيمان والفضائل وغرسها فى نفوس الجماهير .

وعلى المستوى العالمى ينبغى أن تتوجه الرسالة الإعلامية الإسلامية لخير البشر جميعا بحيث تخدم الأهداف والمبادىء الإسلامية ، ولا تتأثر بالتوجهات المحلية لسياسة بلد إسلامى معين ، وأن يعتمد الأسلوب الإسلامى فى العمل القائم على الموعظة الحسنة والمجادلة بالتى هى أحسن، ونبذ العنف كأسلوب مهما كانت ذرائعه وأسبابه .

كما ينبغى أن نضع فى اعتبارنا أن العالم كله ليس وحدة واحدة بل إن كل منطقة من العالم لها خصائصها الحضارية والثقافية، والتى تتميز بجمهور يختلف من هذه الناحية مع الجماهير الأخرى ، ويمكن تقسيم العالم من الناحية الحضارية والثقافية لدوائر الرأى العام إلى عدة مناطق تتميز كل منها بجمهور له خصائصه الحضارية والثقافية فهناك الوطن العربى ، والقارة الأفريقية والقارة الأسيوية ودول البحر المتوسط الأوربية ، وأوربا الشرقية ، وأوربا الغربية وأمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية(١) .

ولما كان العالم الإسلامى يشكل جزءا من العالم المعاصر ويؤثر فيه ، ويتأثر به سلبا وإيجابا ، ولاسيما مع ثورة الاتصال والإعلام التى جعلت العلم كله قرية واحدة ، فإن الخطاب الإسلامى لابد أن يتسم بالسماحة والحرص على سلامة الجنس البشرى وتوجهه نحو الخير والعدل ومحاربة الظلم والتعسف مهما كان مصدره ، فتصوير العالم على أنه مستفز ضد المسلمين أسلوب خاطىء ، نعم هناك مؤامرات على المسلمين ، ولكن هناك أيضا فى العالم الواسع قطاعات كبيرة لابد من التعرف عليها ، فالتسليم بعقدة الاضطهاد

---

(١) د. السيد عليوه ، إستراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ص ٢٤٢

يقود للحقد الأعمى والكراهية العامة،وذلك يسلب الإسلام أبرزخصائصه كدين عالمى(١).

كذلك يجب أن يرتفع الخطاب الإسلامى عن الأغراض السياسية للحكومات وأهوائها، لأن هذا العائق يمثل أشد العوائق خطورة فى تعطيل العمل الإسلامى فى المجال الدولى، فمن الطبيعى أن تكون هذه المواقع فوق الخلافات السياسية والمذهبية والقبلية وأن يكون اختيار القائمين على هذا العمل وفق القاعدة الإسلامية البسيطة : « الناس سواسية كأسنان المشط ولا فضل لعربى على عجمى إلا بالتقوى، تلك القاعدة التى سنها الرسول صلى الله عليه وسلم التى تمثل قاعدة أساسية وجوهرية فى الإسلام(٢).

ثالثاً ـ تحديد الأهداف :

ويمكن أن تقسم الأهداف إلى أهداف محددة وأهداف غير محددة :

١ ـ الأهداف المحددة وهى التى تكون واضحة المعالم والعناصر، وهناك تأكيد على تحقيقها وتتمثل فى الأهداف التالية :

(أ) زيادة وعى المسلمين بالإسلام .

(ب) التعريف بالإسلام لغير المسلمين، وموقفه من الديانات الأخرى .

(ج) بيان موقف الإسلام تجاه القضايا المثارة فى الإعلام الغربى .

(هـ) مخاطبة الجمهور الأجنبى بلغته ووسائله واستعمال أساليب بما تتفق مع قيم الإسلام .

---

(١) كلمة الأستاذ كامل الشريف فى إفتتاحية ندوة الإعلام الإسلامى التى عقدتها رابطة العالم الإسلامى بمركز صالح كامل ١٥ أبريل ١٩٩٣م .

(٢) د. محمد سيد محمد المسئولية الإعلامية فى الاسلام ، مرجع سابق ص ٣٣١

٢ - الأهداف غير المحددة وهى التى تحتوى على درجة كبيرة من المرونة ، بحيث تصبح قابلة للتغيير والتبديل فى أى وقت ، وبصفة عامة فإن تحديد الأهداف يتعين توفير معلومات واضحة تساعد فى وضع الأهداف بشكل علمى ، ويتعين الاستعانة بفريق عمل من تخصصات مختلفة لها صلة مباشرة بالموضوع(١) .

رابعا : توقيت الأهداف وهذا نوع آخر من الترتيب محوره الزمن فالأهداف طويلة المدى هى ذات البعد الاستراتيجى نحو عشرين عاما ، أما متوسطه المدى فهى غالبا التى تستغرق من ٥ - ١٠ أعوام ، فى حين أن الأهداف القصيرة الأجل هى التى تقع على مرمى البصر لمدة عام أو تزيد قليلا ، ويدخل فى تحديد نوعية الهدف هنا عدة عوامل من بينها درجة الشمول ومعدل التفاعل التاريخى المطلوب ، ويمكن أن ترتب الأهداف على محور درجة الأهمية ، فهناك الأهم والمهم ثم الأقل أهمية ، وعادة ما تؤثر الظروف والملابسات والتغيرات الجارية على الساحة فى هذا الترتيب(٢) .

خامساً - تحديد مضمون الرسالة الإعلامية أى تحديد المنطق الإعلامى الإسلامى بحيث يتم ترجمة الأهداف الإسلامية إلى مضمون إعلامى يتمشى مع الأهداف ، فالبرامج الثقافية والتمثيليات والمسلسلات يمكن أن تكون وسيلة لتحقيق أهداف الرسالة الإسلامية والندوات قد تكون أداة من أدوات تحقيق الوعى الدينى ، كما أن المسائل التى تتناول الرياضة يمكن إن تساهم فى تحقيق رسالة الإعلام الإسلامى وفيما يتعلق بالبرامج السياسية فمن الأهمية إعطاء اهتمام كاف لأخبار العالم الإسلامى وإذاعتها فى أوقات يسمح بتعريض عدد كبير من المستمعين والمشاهدين والقراء لها وأن تقدم

---

(١) د. محمود عبد العاطى ، ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الاسلامية فى عرض القضايا الاسلامية ص ٥ مرجع سابق .

(٢) د . السيد عليوة ، استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ص ٢٣٤

البرامج الإعلامية الإسلامية بشكل كامل وواضح، وأن تعتمد على الحجة والبرهان لا على العاطفة، وأن تأخذ فى الاعتبار القضايا العصرية وأن تربطها بالإسلام(١).

سادسا - تقسيم الجمهور طبقا لقواعد التعامل النفسى التى تراعى التدرج والتمييز والتقسيم على النحو التالى :

(ا) تدرج الرأى لدى شرائح جمهور المستقلين حيث أن الجمهور ينقسم إلى صناع القرار السياسيين والمستشارين والخبراء ، وهناك قادة الرأى ويليهم الرأى العام .

(ب) تميز الجمهور من حيث درجة تعاطفه ، فالجمهور الإسلامى يكون التوجه إليه بالنشاط الإعلامى ، فى حين أن النشاط الدعائى هو الموجه إلى الجمهور المحايد بغرض إكتسابه وتعديل وجهة نظره ، أما الجمهور المعادى فغالبا ماتشن ضده الحرب النفسية(٢).

سابعا - التنسيق بين الخطط الإعلامية والخطط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعسكرية ، والتعرف على اتجاهات الجماهير والظروف المحيطة بهم ، وفهم عمل الأنظمة الدولية الرسمية وغير الرسمية التى تؤثر على الجماهير والرأى العام، والعمل على استغلال كافة الامكانات الإعلامية المحددة والاستعانة ببحوث الرأى العام لترشيد العمل الإعلامى من خلال معرفة اتجاهات الجماهير وأمالهم وآلامهم وأفكارهم ، كذلك لابد أن يوضع فى الاعتبار عند وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى التدابير

---

(١) د . محمد عبد العاطى ، ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الإسلامية ، مرجع سابق ، ص ٦

(٢) د . السيد عليوه ، استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ، ص ٢٤١

اللازمة لتنفيذ الخطط الموضوعة للإعلام الإسلامى والتى تستهدف وضع برامج مناسبة توجه شعوب العالم لتصل إلى كل فئة من الناس، مع مراعاة اللغة والعقيدة والجنس والثقافة والظروف الاجتماعية وغيرها ، ويقتضى ذلك أن يتوفر للبرامج المطلوبة كافة الامكانات المادية والبشرية والفنية وكذلك النظم الإدارية .

ولقد وضعت منظمة إذاعات الدول الإسلامية تصوراً للقضايا والموضوعات التى يمكن للاستراتيجية الإعلامية الإسلامية أن تطرحها على النحو التالى :

١ - تحديد الأهداف الكبرى الرئيسية لأجهزة الإعلام الاسلامية .

٢ - تصحيح النظرة إلى الاسلام وتنقية الفكر الاسلامى مما علق به من شوائب .

٣ - المساهمة مع الأجهزة والمؤسسات المعنية فى العمل على إعادة كتابة التاريخ الاسلامى والتعريف به بعد تخليصه من التشويه والتحريف .

٤ - تسليط الأضواء على المعطيـــات الحضارية والثقافية والإنسانية للإسلام ، وتوظيف قيمه فى بناء الإنسان المسلم .

٥ - إبراز عطاء الإسلام للحضارة الانسانية أو استمرارية قدرته على ذلك .

٦ - كشف إفلاس الحضارة الغربية بشقيها الغربى والشرقى .

٧ - إظهار إمكانات الإسلام على قيادة حركة الإنسان وترشيد مسيرة الإنسان المعاصر ،فى عصر المعاناة والقلق والتمزق والذى لا مخرج منه إلا فى ظل قيم الاسلام ومثله الرفيعة .

٨ - تعريف الشعوب الإسلامية ببعضها وتقوية وسائل الاتصال فيما

بينها ، من خلال منظمة إذاعات الدول الإسلامية ووكالة الأنباء وكافة وسائل الاتصال .

٩ - مواجهة سيطرة الدول على العملية الإعلامية وبصفة خاصة . في النظام الحالي للاتصالات صحافة - إذاعة - تليفزيون - وكالات أنباء .

١٠ - لابد من مواجهة الاختلال الرهيب فى التوازن بين أخبار ومعلومات العالم المتقدمة ، وبين أخبار ومعلومات الدول النامية ومنها الإسلامية .

١١ - ضرورة وضع خطة لمواجهة الغزو الثقافى الإعلامى .

١٢ - ضرورة خدمة الثقافة والتراث الإسلامى من خلال الأعمال الفنية مع تنسيق إنتاجها وتنشيط تداولها تجاريا وتبادليا .

١٣ - طرح عطاء الإسلام العقائدى فى مواجهة الفلسفات والمذهبيات والنظم الاجتماعية من الشرق والغرب ، وتأكيد دور الإعلام فى بناء الشخصية المسلمة والبناء الثقافى اللازم لإنبعاث المسلمين وحضارتهم(١) .

---

(١) د . محمد سيد محمد ، المسئولية الإعلامية فى الاسلام ، مرجع سابق ، ص ٣٤٢

المتغيرات :

يشهد العالم اليوم متغيرات سريعة ومتلاحقه فى تكنولوجيا الاعلام والاتصال ، تتطلب من القائمين على الاعلام الإسلامى وقفة تحدد موقف المسلمين وموقعهم وملامح الدور الحضارى الذى بإمكانهم القيام به ، فى ظل المتغيرات التى يمكن أن تؤثر على كفاءة وفاعلية الاعلام الإسلامى وتعرقل سير الرسالة الاعلامية بين القائم بالاتصال وبين المتلقى للرسالة الاعلامية الإسلامية .

ويمكن لنا أن نحدد بعض هذه المتغيرات التى تفرز مضاعفاتها على المضمون الفكرى للاعلام الإسلامى وتتمثل هذه المتغيرات فيما يلى : -

أولا : تقدم تكنولوجيا الاتصال : -

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجية تمكن الإنسان عن طريقها من أحكام سيطرته على الطبيعة وإخضاعها لخدمته ، وما ظهور وسائل إتصالية معاصرة جعلت العالم على إتساعه بمثابة قرية عالمية واحدة إلا إحدى منجزات هذا التطور التكنولوجى الكبير ، إذ عن طريق هذه الوسائل المتعددة من راديو وتليفزيون وفيديو وتوابع صناعية للاتصال وصحافة مطبوعة وغيرها ، أصبح من السهل نقل ما يدور فى العالم شرقه وغربه شماله وجنوبه إلى دائرة المعرفة ، وأحيانا إلى مجال الرؤيا المتزامنة مع وقوع الحدث للفرد أو للجماعة عن طريق الصوت أو بواسطة الصوت والصورة ، أو من خلال الكلمة المطبوعة ، وذلك كله عبر أجهزة بالغة التعقيد والسرعة يمكن من خلالها بث المعلومات على الفور بين مختلف مناطق الكرة الارضية(١)

---

(١) د . مرعى مدكور ، الصحافة الإخبارية والمسئولية الاسلامية للمندوب الصحفى ، القاهرة ، دار الصحوة ، ١٩٨٨ ، ص ١٥

أجل لقد تقدمت التنقية الإعلامية والاتصالية تقدما هائلا وبشكل مثير، بحيث صارت الكلمة تطير عبر الأثير وكذلك الصورة والرسوم والدراما بكل أشكالها وأنواعها، وطوت الأقمار الصناعية التى تستخدم فى مجال الاتصال الاعلامى المسافات، وعبرت الحدود والبحار والجبال لتنقل الكلمة وغيرها من المضامنين الإعلامية عبر آلاف الأميال، وتجددت وسائل الطباعة وتوسعت بحيث أصبحت الصحيفة يمكن أن تطبع فى مراكز ومدن متعددة فى العالم، وتصل إلى أيدى القارىء فى أى مكان فى صبيحة كل يوم وفى الوقت ذاته(١).

كل هذه المتغيرات لابد أن توضع فى اعتبار واضع استراتيجية الاعلام الإسلامى، وإلا ستفشل خطة الاعلام الإسلامى، ولا تحقق الأثر المطلوب منها، فليس المقصود بالاعلام الإسلامى، كما قد يتبادر إلى أذهان البعض رفض وسائل الاعلام الحديثة من إذاعة بشقيها المسموع والمرئى ولا الصحافة الحديثة المتطورة، ولا أية وسيلة إعلامية حديثة بل على العكس من ذلك فإن هذه الوسائل لابد من إستخدامها وإستيعابها علما وممارسة، ولا يقف الاستيعاب الجيد عند حد الجمود والجفاف بل يتعداه إلى فنون الاعلام وعلومه المختلفة من إخراج وتمثيل وديكور، وهذا يحتم صيغ المضمون والمحتوى الاعلامى بالصيغة الاسلامية.

فكلما إستخدم الاعلام الاسلامى الوسيلة - الاكثر تقدما وتطورا كلما كان ذلك فى خدمة البشر وخدمة الاسلام، فالاعـــلام الاسلامى لا يتعارض - كما سبق القول - مع الأخذ بالعلوم الحديثة والتنقية المتقدمة والوسائل المتطورة، بل إننا إذا أخذنا بهذه العلوم والوسائل مع الاحتفاظ

---

(١) د. على جريشة، نحو إعلام إسلامى، القاهرة مكتبة وهبة، ١٩٧٧ ص ١١

بالطبع بالقيم والمضامين الاسلامية معتمدين على الأفكار والنظريات الاسلامية أيضا فإنه يكون للمسلمين شأن فى العالم ، وهذا ما اعترف به علماء الغرب ، وعلماء العالم الحديث أنفسهم(١) .

فالجدير بالذكر هنا أن ظاهرة عالمية الاتصال المبنية على تقــدم التكنولوجيا فى مجال الاتصال والاعلام قد تركت أثار فكرية واضحة وبصمات فى العقول الاسلامية ، والقيم والعادات والتقاليد فى العالم العربى والاسلامى بوجه عام .

ولسنا هنا بصدد تقويم هذه الآثار ، ولكننا بصدد إيجاد استراتيجية إعلامية تحصن المتلقى من الدعايات المضادة وكيفية الافادة من إيجابيات التقنية الاتصالية الحديثة ، والتقليل من سلبياتها بقدر الامكان . فلا يمكننا أن نوقف مسار الاعلام العالمى أو نحد من إنطلاق تكنولوجياته ، أو نعزل أنفسنا عنه فهذا هو الواقع الحى الذى نعيش فيه ونتأثر به ، والأهم أيضا أن يكون فى مقدورنا التأثير فيه ولو بقدر والافادة من تطوراته ومعرفة كيفية مواجهة تحدياته(٢) .

وإذا كان الاعلام يجسد بالضرورة القيم السائدة فى المجتمع ويصورها ويعبر عنها ، فإن الاعلام الغربى يتسم بالاباحية والفحش والمسلسلات البذيئة والأغانى الهابطة ، والجرى وراء اللذة والرغبة العارمة والتمحل فى والرومانسية ، وصولا إلى الدعوة الفاضحة للعرى والفجور والأدب

---

(١) د . عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للاعلام الاسلامى ، مرجع سابق :

(٢) مجلة الدراسات الاعلامية عدد ٦٥ أكتوبر وديسمبر ١٩٩١ م مقال بعنوان « الاعلام الاذاعى وعالمية الاتصال » بقلم سعد لبيب .

المكشوف الذى صار من أهم ملامح الاعلام الغربى الذى يستمد وجوده من فلسفة الرأسمالية ، وإباحية ملكية أجهزة الاعلام لكل راغب فى الربح الوفير فى وقت قصير ضاربا عرض الحائط بمسئوليته تجاه المجتمع والشباب والأجيال الصاعدة والأخلاق الحميدة(١) .

ولا شك أن الاحتلال فى ثوبه الجـــديد لم يعد احتلالا للأرض أو للاقتصاد فحسب بل أصبح إحتلالا للشعوب وعقلياتهم ونفوسهم عن طريق وسائل الاعلام ،وأمامنا أمثلة كثيرة وشواهد عديدة على أن الحرب الآن بين الدول هى حرب إعلامية بالدرجة الأولى وأن من يسيطر على الاعلام يستطيع السيطرة على الدول وتحقيق أى نصر عسكرى أو اقتصادى أو غير ذلك .

ففى حرب الخليج أجمعت وسائل الاعلام على أنها كانت حربا جديدة سلاحها التلفزيون وذخيرتها كانت المعلومات ، وأكدت أهمية الاحتلال التكنولوجى لموجات البث الإذاعى والتليفزيونى .

فقد استطاعت وسائل الاعلام الأجنبية الإستيلاء على الموجات العراقية أو بث البرامج والبيانات الأمريكية والبريطانية والفرنسية لشعب العراق باللغة العربية أو باستخدام الطائرات ، حيث يملك الأمريكيون الوسائل التكنولوجية الكافية للاستيلاء على الموجات العراقية ، ذلك بالإضافة إلى إلقاء أجهزة الترانزستور على المدنيين داخل العراق للاستماع إلى صوت أمريكا وإلى هيئة الإذاعة البريطانية ، واستطاعت أن تشن حملات إعلامية مركزة قبل المعركة البرية عن طريق إلقاء منشورات باللغة العربية تطالب الجندى العراقى بالإستسلام لعدم استطاعته مواجهـــة قوى التحالف(٢) .

---

(١) د . إبراهيم إمام ، أصول الاعلام الاسلامى مرجع سابق ، ص ١٧
(٢) د . انشراح الشال ، الاعلام الاسلامى وتكنولوجيا الاتصال فى مجال=

ثانيا : البث المباشر :

لقد أصبح للاعلام تأثير خاص على الأفراد والجماعات والدول ولا غبار على من يقول بأن طلقة البندقية يمكنها أن تقتل فردا أو بأن إنفجار قنبلة يقتل الآلاف ، غير أن الكلمة الواحدة يمكنها أن تقتل الملايين، ووسائل الاعلام بلا منازع هى الوعاء الذى يمكن هذه الكلمة أن تنتشر فى التو واللحظة على مستوى العالم بدون رقيب من خلال الأقمار الصناعية وهو ما يطلق عليه مصطلح البث المباشر ، والذى يختلف فى التنقية عن البث العابر للحدود عبر موجات الطيف الترددى ، مثلما يحدث بين الدول المتاخمة كوصول برامج التليفزيون المصرى مثلا إلى بعض المناطق فى الدول العربية(١) .

وبناء على ذلك ينبغى أن ننبه إلى خطورة الاعلام الغربى الوافد وخطورة البث المباشر بالأقمار الصناعية على البلاد الإسلامية ، حيث ترجع خطورة هذا البث فيما يقدم من قيم معادية للاسلام تدمر العقول وتهز كيان المجتمعات الإسلامية ، وتحدث خلخلة فى البناء الاجتماعى للمجتمع وتحاول تقويضه من الداخل فى عقر داره ، فلا يكاد يخلو بلد إسلامى من تأثير الغرب الثقافى والاعلامى .

فضلا عن محاولات المستشرقين والمبشرين المستمرة فى الطعن على الإسلام ، وتصويره بصورة بشعة مجافية للحقيقة ، ومن عجب أن يتبنى تلاميذهم ممن يحملون أسماء إسلامية نفس الحملات الإعلامية فيصدرون كتبا وصحفا تؤكد الاتجاهات التبشيرية والإستشراقية باللغة العربية ،

= التلفزيون ، بحث قدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى بمركز صالح كامل بجامعة الأزهر ذو القعدة ١٤١٢ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٦

(١) المرجع السابق ص ٩

وبأقلام أبناء المسلمين ، فيصبح خطرها داهما وتأثيرها عميقا(١) .

ورغم أن المواثيق الدولية المتعلقة بموضوع البث المباشر تنص على أنه بالنسبة للدولة التى تعتزم بث تليفزيونى دولى مباشر عبر الأقمار الصناعية عليها أن تخضع لإلتزامين هما : -

١ - إخطار الدولة المستقبلة بما تعتزمه .

٢ - الدخول فى تشاور مع هذه الدول المستقبلة إلا أن هذا لا يحدث فى الواقع ومسلسل انتهاك المعاهدات الدولية الخـــاصة بتنظيم البث التليفزيونى الدولى مازال مستمرا عبر الأقمار الصناعية ، وكذلك بواسطة موجات الطيف الترددى محطما السدود الجغرافية ومنتهـكا بذلك السيادة الإعلامية للدول فوق أراضيها ، بل إنه على مستوى الدول المستقبلة ذاتها يحدث انتهاك للقوانين الخاصة بالإذاعة فيها ، وهو ما ينطبق عليه قول المفـكر الجزائرى مالك بن نبى « القابلية للاستعمار » بل هو أقسى أنواع الاستعمار ، وهو ما اصطلح على تسمية بالإستعمار الفكرى(٢) .

ولا شك أيضا أن الإعلام الغربى فى الدول الغربية مرتبط أشد الارتباط بالنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى تلك الدول برغم ما يدعى الحياد والحرية ، أيضا تسيطر هذه الدول على تـكنولوجيا الاتصال والسيطرة على مصادرها إلى العالم الإسلامى ، وتداولها والحصول عليها وليس الأمر كما يظن أنه يخضع لنظام السوق الحرة مما يجب أن يوضع هذا فى اعتبار واضعى استراتيجية الاعلام الإسلامى .

---

(١) د . إبراهيم إمام ، أصول الاعلام الاسلامى ، مرجع سابق ، ص ١٧

(٢) د . انشراح الشال ، الاعلام الاسلامى وتـكنولوجيا الاتصال مرجع سابق ص ١٢

فتصدير التكنولوجيا إلى العالم الإسلامى يخضع لعدد من المعايير أو الضوابط التى تضعها حكومات الدول المنتجة، سواء بالنسبة لنوعية التكنولوجيا المسموح بتصديرها أو الدول التى يمكن التعامل معها أوشروط التعاقد والتمويل والنقل والصيانة والتدريب، بل إن المعلومات المتصلة بهذه التكنولوجيا تخضع لنوع حاسم وحاد من الرقابة، ليس من جانب الجهات المنتجه وحدها بل من جانب الدول المنتجه أيضاً(١) .

لقد كان لاستخدام الإعلام المخطط القائم على إستراتيجية علمية أن يحقق آثارا بالغة الخطورة فى تحقيق التقدم الحضارى المادى فى الدول الغربية، غير أنه فى الوقت ذاته كان سلاحا بتارا فى يد أعداء الإسلام الذين سيطروا على الإعلام الموجه إلى العالم الإسلامى، واستطاعوا بالسيطرة على وسائل الإعلام العالمية الحديثة تسخير الإعلام العالمى وفق تخطيط دقيق لغزو الشعوب الإسلامية فكريا، وصرف المسلمين عن منابع دينهم الصافية وشغلهم عن الجهاد فى سبيل الله، وعن تحقيق أهداف دينهم السامية ونشر الدعوة الإسلامية فى ربوع الأرض(٢) .

وإذا كانت حرب الخليج ١٩٩٠م على سبيل المثال قد شهدت تجريب واختبار أحدث ما أنتجته العقول فى مجال التكنولوجيا العسكرية الصناعية من أسلحة فتاكة، حسمت المعركة لصالح الدول المتحالفة ضد العراق بأسرع مما كان يتصوره عاقل، فإن هذه الحرب قد شهدت أيضا القدرات الخارقة لتكنولوجيا الاتصال التى أفرزت إعلاما ليس فقط مبهرا ولكن منحازا أيضا .

---

(١) مجلة الدراسات الإعلامية، عدد ٦٥، أكتوبر وديسمبر ١٩٩١ م

(٢) محمود كرم سليمان، التخطيط الاعلامى فى ضوء الإسلام، القاهرة دار الوفاء للطباعة والنشر ١٩٨٨ م، ص ١٧ - ١٨

ولن يتوقف هذا التطور الذى نشاهده ونسمع عنـــه فى مجال ثورة المعلومات وتـكنولوجيا الاتصال، ولـكن الغد سوف يحمل فى طياته الـكثير والـكثير من إستخدام التـكنولوجيا فى مجال الاتصال والبث المباشر حيث ستصبح التـكنولوجيا عنصر التقدم الإنسانى الحاسم ، الأمر الذى يؤثر على حرية الإنسان فى دول العالم الثالث والدول الإسلامية بوجه خاص التى لم تستطع حتى الآن إستيعاب التـكنولوجيا الحديثة فى مجال الاتصال والإعلام، والتى مازالت تقع تحت تأثير الهيمنة الأوربية والبث الأوربى للمعلومات من خلال وكالات الأنباء وأنظمة الاتصال العالمية المملوكة للدول الرأسمالية والمعادية للاتجاهات الإسلامية(١) .

ومامن شك فى أن الحضارات القديمة بكل ثقافاتها وأديانها وقيمها هى الهدف القادم لهجوم الحضارة الأوربية والأمريكية، المصرة على فرض هيمنتها وبسط ثقافاتها ونشر نمطها ونموذجها ومشروعها فى كل أرجاء العالم، الأمر الذى يؤدى إلى مزيد من الغزو الفـكرى والثقافى لدول العالم الاسلامى ويلبغى الاحتراس منه والعمل على مواجهته ، وإذا كان أنصار الاتجاه العلمانى فى مصر والدول العربية والاسلامية لايحبون إستخدام هذا التعبير، ويصابون بحاسية شديدة من أستخدامه فإنى أتفق مع الـكاتب الأستاذ صلاح الدين حافظ فى مقولته : بأن « هذا غزو بدون حساسية من جانبنا وبدون قبول الحساسية المضادة »(٢) ، رغم إيماننا معه بالانفتاح على الحضارات الحديثة وتلاقى أفـكار الشعوب وتفاعلها ، والاستفادة منها دون قهر أو فرض الهيمنة والسيطرة وإستخدام القوة .

ومجمل القول أن البث المباشر له مخاطر عديدة على المستوى العقدى،

---

(١) مجلة الدراسات الإعلامية، عدد أكتوبر وديسمبر ١٩٩١م
(٢) المصدر السابق .

والأخلاق والسياسى والثقافى ، وقد أثبتت نتائج الدراسات الميدانية التى قامت بها الأجهزة المتخصصة فى الوطن العربى أن الارسال التليفزيونى الأجنبى الرسمى والوافد يبهر المشاهدين ويتسم بالإثارة والعنف والجنس، مما سيعرض المجتمعات العربية والإسلامية للخطر ولا بد من مواجهته بإرسال تليفزيونى عربى وإسلامى جيد لعدم القدرة على التشويش على هذه القنوات ، كما يتطلب مواجهة هذا الخطر أيضا بث برامج عربية وإسلامية متميزة عبر الشبكات الفضائية تكون غنية بالثقافة والجاذبية ، وتوسيع مجال الاختيار للمشاهد العربى والمسلم بالاكثار من قنوات الارسال التليفزيونى عبر أقمار صناعية مملوكة للمنظمات الاسلامية تكون بديلة للقنوات الأجنبية(١) .

ولا سيما بعد أن ظهرت قنوات تنصيرية إلى جانب القنوات التى تقدم برامج ثقافية أو تعليمية أو ترفيهية مما يحتم تضافر جهود الدول الاسلامية والمعنين بهذا الأمر ضرورة التصدى لهذا البث المباشر الوافد ، الذى سيساهم بأفلامه وبرامجه ومسلسلاته فى تحقيق أهداف القوى الاستعمارية يقول الكاتب الاسلامى فهمى هويدى: فى تعليقه على دخول البث المباشر لتونس عام ١٩٥٦م خرج الاستعمار الفرنسى من شوارع تونس عام ١٩٥٦ م ولكنه رجع إليها عام ١٩٨٩ م ، لم يرجع الى الأسواق فقط ، ولكنه رجع ليشاركنا فى بيوتنا والخلوه فى غرفتنا والمبيت فى أسرة نومنا ، رجع ليقضى على الدين واللغة والأخلاق ، كان يقيم بيننا بالكره ، ولكنه رجع لنستقبله بالحب والترحاب ، كنا ننظر إليه فنمقته ، أما الآن فنتلذذ بمشاهدته والجلوس معه. إنه الاستعمار الجديد لا كاستعمار الأرض وإنما استعمار القلوب »(٢) .

---

(١) الأهرام ، ١٥ / ٢ / ١٩٩٢ ، تقرير بعنوان اللجنة الدائمة للإعلام العربى تبحث : مواجهة عربية لمخاطر البث التلفزيونى الأوربى .

(٢) د . انشراح الشال ، الاعلام الإسلامى وتكنولوجيا الاتصال ، مرجع سابق ص ١٣

بل إن أخطر مايحمله هذا البث المباشر تفتيت المجتمعات ، والتقليل من أهمية وسائل الإعلام المحلية ، ولمواجهة هذا البث المباشر الذى يؤثر علينا اجتماعيا وخلقيا واقتصاديا وسياسيا وفكريا نضع هنا عدة عوامل عليها تحد من أثار هذا البث المدمر ، نذكرها فيما يلى :

١ - تقوية البث العربى والإسلامى ببرامج يمكنها إستقطاب المشاهدين وإحتوائهم .

٢ - العمل على تدعيم البرامج فيما بين الدول الإسلامية ، مع ضرورة تكامل الخبرات والإمكانات .

٣ - إنتقاء المناسب من هذه البرامج الوافدة وتقديمها على شاشاتنا القومية .

٤ - تحصين المتلقى المسلم والعربى بتأصيل الانتماء لهذا الدين ، وتكامل جوانب التربية فى البيت والمدرسة والمسجد والشارع والنادى وفى وسائل الإعلام ، وإزالة عقده تفوق الإنسان الغربى حتى لانظل فى حالة انبهار عاجزين عن تجاوز الفجوة مثلما فعلت اليابان .

٤ - التواجد على المستوى العالمى بالاستعانة بتكنولوجيا الأقمار الصناعية وبخاصة فى مجال البث المباشر(١) .

٦ - التعاون على إعادة تنظيم وسائل الاتصال التى مازالت فى حالة تبعية أو تمثل إرثا إستعماريا يعوق الاتصالات المباشرة بين الدول الاسلامية .

٧ - ولمواجهة هذا الخطر أيضا يمكن فرض ضرائب باهظة على أطباق الاستقبال بحيث يصبح شراؤه بعيد عن التناول .

٨ - أتخاذ إجراءات عاجله للاسرع بشراء جماعى لاقمار الاتصال وإعداد نظام تسيير يتيح إستعمالها .

---

(١) المرجع السابق ، د . مصطفى المصمودى ، النظام الإعلامى الجديد، عالم المعرفة ،الكويت ، ١٩٨٩ م ص ٣١

٩ - أنه لا بد من ميثاق تعده منظمة اليونسكو ، وتلتزم به دول الأمم المتحدة ، وخاصة دولها المتقدمة فى صناعة الأقمار لوضع حد أخلاقى لما يبث بواسطة هذه الأقمار من المناظر الفاحشة والخارجة عن كل عرف ودين وقيم(١) .

١٠ - بذل مجهود خاص لصد التأثير السيء لوسائل الاعلام الأجنبية التى تتعارض مع تطلعات البلدان الإسلامية .

١١ - توطيد التعاون المتبادل الثنائى والجماعى بين وكالات الأنباء التابعة للدول الإسلامية .

١٢ - العمل على ترتيب أنظمة الاتصالات اللاسلكية للدول الإسلامية بغية الحصول على تداول للأخبار سريع ويسير التكلفة .

١٣ - تطوير ودعم التجهيزات المتعلقة بالإذاعة الوطنية لكل بلد .

١٤ - التعاون والمساعدة التضامنية على مستوى تكوين الإطارات الفنية والمكلفين بالبرامج .

١٥ - تبادل البرامج الإذاعية والتليفزيونية بين الدول الإسلامية .

١٦ - الإرتقاء بمختلف أشكال الانتاج المشترك وتبادل التجارب فى ميدان إنجاز البرامج(٢) .

ثالثاً : النظام العالمى الجديد :

لابد للاعلام الإسلامى أن يوضع فى إستراتيجيته الدور الذى يمكن أن يلعبه النظام العالمى الجديد ، والتحديات التى تواجهها دول العالم الإسلامى فى إطار ما يسمى الآن بالنظام العالمى الجديد ، وإن كان الاتجاه الآن إلى أن هذه مرحلة إنتقالية لم يشكل خلالها العالم بالصورة المرجوة

---

(١) الاهرام بتاريخ ٢٣ / ٦ / ١٩٩٣ م

(٢) د . مصطفى المصمودى ، النظام الإعلامى الجديد ، مرجع سابق ص ٣٧

فإن على الدول الاسلامية أن تبحث لنفسها عن دور فعال وملموس فى التشكيل الجديد للعالم .

وإذا كان العالم يسعى إلى تحقيق نظام عالمى جديد تقوم على أساسه وبمقتضاه علاقات الدول فى شتى المجالات ، فقد بات من الطبيعى أن يكون هناك نظام عالمى جديد يتصل بالاعلام بحيث يضمن للدول الاسلامية الاستقلال الثقافى والاعلامى الأمثل، حتى نصبح دولا منتجة فى هذا المجال لا مجرد دول مستهلكة تعيش عالة على الدول الكبرى ، ولا بد أن يسمع صوتها دوليا ، حتى تدخل هذه الحقيقة إلى عقول الدول الكبرى ووجدانها لتقتنع بأن هذه الدول مظلومة ومهدورة الحقوق، وتساعدها بعد أن تساعد الدول الاسلامية نفسها بالعمل وباستشعار المشكلة ، فما لم تشعر هذه الدول بطبيعة المشكلة فلن يتقدم أحد لنجدتها .

وقد يكون هذا هو أخطر المتغيرات التى ظهرت فى الوقت الحاضر وبالطبع كان حدوثه مفاجئا للكثيرين ، فلأول مرة تنفرد دولة كبرى فى الساحة العالمية ممثلة فى أمريكا التى ترسم لنفسها السياسات الدولية ، غير أن الزمن قد يسبقها كثيرا فقد ظهرت القوى الاقتصادية فى اليابان وبعض دول شرق آسيا وظهرت ألمانيا الموحدة(١) مما يحتم على واضع الاستراتيجية الاعلامية الاسلامية أن يتعامل مع هذه المتغيرات الدولية بفهم جيد وبصيرة مستنيرة ، وأن يدرك أن الاعلام الغربى فى ظل هذا النظام الجديد يقوم بنشر المغالطات والافتراءات على العرب والدول الاسلامية .

وقد اهتمت وسائل الاعلام فى الغرب بالاسلام فى الفترات الأخيرة

---

(١) الاهرام ، ٢١ / ٣ / ١٩٩٢ م ، ندوة الأهرام بعنوان المتغيرات العالمية إلى أين ، د . إبراهيم عبد الفتاح

فى محاولة لتشويه صورة الاسلام والخلط بينه كدين سماوى يدعو إلى أسمى المبادىء الحضارية والقيم الراقية ، وبين سلوك سيء لبعض المسلمين ، بل هناك من يذهب إلى أن الاسلام بعد سقوط الاتحاد السوفيتى وهزيمة الشيوعية أصبح الشغل الشاغل لوسائل الاعلام الغربية وكيف يمكن إحتواء الاسلام؟ بل ومواجهته فى عقر داره واستئصال مده فى منابعه الأصلية(١) .

أثبت باحث بريطانى هو أرسكين تشيلدرز فى كتاب أخير له بعنوان « الغرب والاسلام ، هتك الذاكرة والخصام » ، أن الاسلام تعرض فى الوجدان الغربى لأكبر عملية تشويه فى التاريخ وانطلق المؤلف من حقيقة أن الغرب لم يحاول أن يفهم الاسلام فى أى وقت من الأوقاف لكنه ، ظل رافضا ومعاديا له ، ولذلك فإن صورته ظلت مشوهة بصورة مطلقة فى الوجدان الغربى ، وما يحدث الآن من تحيز غربى ضد الاسلام والحديث المعلن عن العدو الجديد والذعر المصطنع من خطر الأصولية ، ذلك كله لا يمثل موقفا جديدا بقدر ما أنه إعلان عن حقيقة الكامن فى الوعى الاجتماعى للعالم الغربى .... أما عن صورة المسلمين فهى صورة المخادعين المنحرفين الذين لا يعدون من البشر ولا يستحقون أية رحمة ، هكذا استمرت صورة الاسلام فى كل الخطاب الغربى باعتباره لعنة العالم وتتاجا لسلسلة من الخداع والانتقام وإطلاق العنان للشهوات ، بدأت مع النبى محمد - صلى الله عليه وسلم - وأصابت بالعدوى كل المسلمين ، استمر ذلك الانطباع فى الماضى والحاضر ، ليس فقط فى عموم وجدان الناس ، ولكن أيضا فى داخل الدوائر الأكاديمية فى القرن العشرين .

وفى تناول الكاتب لموضوع هتك الذاكرة ، رصد فيه الجهد الغربى

---

(١) الاهرام ٢ / ٧ / ١٩٩٣ م تصريح للدكتور رشدى فكار .

لإلغاء الدور الثقافى والمعرفى الذى قام به عالم الإسلام فى مسيرة التجربة الإنسانية، وأن الغرب برغم ما هو متوفر له من قدرة مشهودة على تقييم المعرفة والمعلومات العالمية ظل يواجه عالم الإسلام بمشاعر سلبية للغاية، وفى التاريخ الرسمى الغربى والتعليم العام والاعلام الغربيين هناك تجاهل تام وصمت مطبق لإنجازات المسلمين فى مجال العلوم، وإسهامهم فى الحضارة الإنسانية والغربية أيضا . وحتى فى الوقت الحاضر نجد القادة الغربيين الدينيين والسياسيين على حد سواء أرادوا أن يغيبوا عن الوعى العام أى شىء إيجابى حول الإسلام ، ومن ثم فقد تمت تربية أجيال بعد أجيال على تناسى دوره ، وجرى تطويعهم عن طريق وسائل الاعلام للاقناع بأنه لم يأت بشىء له قيمة من عالم الإسلام والعرب فيما عدا البيارق والخناجر والحريم والتطرف وعدم الجدارة بالثقة والإنحراف والطغيان(١) .

وهكذا تصور وسائل الاعلام الغربية الإسلام والمسلمين بصورة منفرده وبأنهم أعداء الحرية وحقوق الإنسان ، وأن الإسلام يمثل تهديدا للغرب والمصالح الامريكية ، حيث نشرت مجلة الشئون الخارجية الامريكية مقالا بعنوان « هل الإسلام يمثل تهديدا للغرب » يؤكد أن الإسلام يناقض فى جوهره قيم الديمقراطية والحرية ، وأنه لابد من مواجهة المد الإسلامى وإتخاذ التدابير الكفيلة بذلك(٢) .

واستمرارا للحملة الاعلامية الغربية للهجوم على الاسلام والمسلمين تنشر صحيفة تيدى دى جردان الفرنسية موضوعا تهاجم فيه الشيخ الشعراوى

---

(١) الاهرام ١٥ / ٦ / ١٩٩٣ م ، أكبر عملية تشويه فى التاريخ ، فهمى هويـــدى .

(٢) الاهرام ٣٠ / ١٩٩٣٥ م مقال بعنوان « الإسلام فى عيونهم » سلامة أحمد سلامه .

وتصفه بأنه شخصية مخيفة يستضيفه التليفزيون المصرى لعدة ساعات يهاجم فيها الغرب ويحث المصريين على مقاومة الإلحاد والعلمانية !!! وانتقدت الجريدة تدخل الأزهر ومنعه لنشر بعض الكتب، وتدخله فى بعض الأفلام والأعمال التليفزيونية، كما استنكرت الجريدة إلغاء الخمور فى بعض المحافظات وعدم الاختلاط داخـــل المدارس وإنتشار الحجاب ، ووصفت موقف الحكومة المصرية بالضعف!!(١)

فضلا عن ذلك فقد دأبت شبكات التليفزيون الغربية التى تبث عبر الأقمار الصناعية على محاولة النيل من مصر - كبلد إسلامى - ومن العروبة والإسلام من خلال عرضها لأفلام سيئة معـــدة خصيصا لتشويه الظاهرة الإسلامية، والسخرية من بعض تعاليم الإسلام ، نشرت الأهرام فى عددها الصادر فى ١٩٩٣/٤/٢٣م ما بثته إحدى هذه القنوات الغربية لقاء مع شاب يتكلم العربية مع المذيع من داخل أحد المدافن المبنية على الطريقة المصرية وتحدث عن سعادته والهدوء الذى ينعم به وهم يقيمون بين الأموات ، ومن أين يتأتى له سكن خاص؟ وهو مكلف جدا ولا طاقة له به وفى سخرية قال : إن الشىء الذى يقلق الموتى هو رؤية التليفزيون والفديو ، ثم أنتقلت الكاميرا إلى واجهة أحد المحلات التى تبيع ملابس المحجبات وشرحت المذيعة طريقة الحجاب ، ثم لقاء مع امرأة مصرية خلاصته أن الحجاب ستار ترتكب وراءه آثام كثيرة ، ثم عرض الفيلم للمساجد والناس يؤدون الصلاة ويذكر المذيع من هنا ينبع الإرهاب ، ثم تتجول الكاميرا بين الكنائس ويشرح المذيع أنها تحت الحراسة المشددة من قبل الشرطة ،وغير ذلك من المناظر التى تسىء إلى مصر والعروبة والإسلام(٢) .

---

(١) الحقيقة ٢٤ / ٤ / ١٩٩٣ م مقال بعنوان صحيفة فرنسية تهاجم الشيخ الشعراوى والحكومة المصرية .

(٢) الأهرام، ١٧ / ٥ / ١٩٩٣ م

وأن من يقوم بعملية رصد لمسار هذه الحركة فى الحقبة الأخيرة يدرك أن هناك ظاهرة التوجه فى حركة الإعلام ضد المجتمعات الإسلامية ، وأن هناك حملة مخططة تظهر بين فترة وأخرى لاذكاء روح العداء بين الغرب والدول الإسلامية ، وهو الأمر الذى يثير الكثير من التساؤلات هل هى من قبيل الحملات العفوية التى تظهر على سطح الأحداث الجارية كلما تفجرت أزمة هنا أو هناك ، وتكون إحدى الدول العربية طرفا فيها ؟ حدث هذا فعلا فى حادث إسقاط طائرة الركاب الأمريكية فوق مدينة لوكيربى والتى وجه فيها الاتهام إلى ليبيا ، ومن ثم شنت حملة من الكراهية على كل دول العالم الإسلامى أو أن هذه الظاهرة جاءت نتيجة لردود أفعال حادة أفرزتها حرب الخليج أو مايسمى حرب تحرير الكويت ، وبخاصة بعد إنهيار الكتلة السوفيتية ولكن لماذا كانت الهجمة على العرب والدول الإسلامية أكثر اشتعالا فى مناطق الانفجارات العرقية ؟أليس هذا التدافع فى إستخدام أساليب العنف والتصفيات الجسدية ضد المسلمين ؟سواء فى يوغسلافيا السابقة أم فى غيرها فى الهند أو ماليزيا والأراضى الفلسطينية أو فى ألمانيا وبعض الدول الأوربية(١) .

إن من أخطر المسئوليات الملقاة على عاتق الإعلاميين العرب والمسلمين هى ضرورة المبادرة بالتصدى لمثل هذه الهجمات ،لامن منطلق فتح جبهات صراع معها ولكن من منطلق التفاعل الحضارى والحوار العقلانى والعمل على مواصلة هذا الحوار مع الصفوة من مفكرى الغرب وقادة الرأى به ، وتوسيع دائرة التواصل مع مختلف شرائح المثقفين فى مجتمعاته .

ومع أننا لاننكر دور وسائل الإعلام فى الدول الغربية فى كشفها القناع

---

(١) الاهرام ٢٧ / ٢ / ١٩٩٣ مقال بعنوان دور الإعلام الغربى فى الافتراء على العرب والمسلمين ، بقلم زكريا نيل .

أحيانا عن انتهاكات حقوق الإنسان وحالات المجاعات الحادة ، والممارسات الاجتماعية غير العادلة ، وأن ذلك يعتبر إنجازات ضخمة تحققت الإنسانية فى عصر ثورة الإعلام والاتصال والمعلومات ، ألا أننا ينبغى أن نكشف القناع وأن نذكر حقيقة على جانب كبير من الأهمية ينبغى أن توضع فى الاعتبار عند البحث والدراسة ، وهى أن منطقتنا العربية والاسلامية بوجه عام تعانى أشد المعاناة من فقدان المعرفة ، وأن الصورة لدى وسائل الاعلام العالمية عن الشعوب الاسلامية والعربية صورة مشوهه للغاية حيث تصورنا أننا شعوب متعطشة للدماء ، وتنزع نحو العنف والقتل والفوضى ، وأن رسم الصورة بهذا الشكل معتمة ، يؤكد هذا الاتجاه الدكتور حمد عبد العزيز الكوارى وزير الإعلام والثقافة القطرى فى المحاضرة التى ألقاها فى جامعة هارفارد الأمريكية تحت عنوان «دور الثقافة والاعلام فى صياغة عالم جديد» .

تحدث الدكتور الكوارى عن موقف وسائل الاعلام الدولية التى يهمين عليها الغرب ونظرتها إلى العرب والمسلمين قائلا : « أى نظرة إلى مصادر المعلومات الكبرى فى عالم اليوم سوف توضح أن الإسلام والمسلمين والعرب مرادفون للتخلف والعنف والتطرف ، وأن سيوف الاسلام كانت مشروعه لتهديد الغرب فى سعيه نحو تحقيق السعادة ، وأنه من المفارقات أن ذلك يحدث فى وقت يبدو فيه المسلمون ضحايا للاضطهاد والمذابح فى أماكن مثل البوسنة والهرسك وفلسطين والصومال وبورما والهند وفى أماكن أخرى(١).

وبالاضافة إلى ذلك فإن أخبار الدول الاسلامية تنقل عبر وكالات الأنباء العالمية ، وتتعرض للتشويه والحذف والاضافة ، ولا تعرف دولة إسلامية أخبار دولة أخرى إلا من خلال ماتنقله وكالات الأنباء الغربية المتحيزة فى النقل والعرض فعلى سبيل المثال نحن لا نعرف عن بنجلاديش

---

(١) الأهرام : ٢٧ / ٢ / ١٩٩٣م

ألا أنها دولة تكثر فيها الاضطرابات والقلاقل والفيضانات والفقر لأن وكالات الأنباء لاتنقل إلينا ألا هذه الصورة القاتمة عن هذا البلد المسلم الشقيق، إن هذه المفارقات المخزية ماهى ألا صورة من صور المعاناه التى نعيشها فى عالمنا الاسلامى بسبب اعتماد وسائل الاعلام لدينا على وكالات الأنباء فى معرفة أخبار بعضنا بعضا، بالاضافة إلى محدودية حجم هذه الأخبار فإنها لاتعكس الواقع إذ لاتقدم منه ألا ما يتعلق بالكوارث والقلاقل والسلبيات والتظاهرات والانقلابات العسكرية ... إلخ وإذا حدث وأظهرت وسائل الاعلام الغربية مشكلات بعض الدول الاسلامية وإنجازاتها وتطلعاتها بصورة موضوعية فإنما يكون ذلك فى شكل ملاحق صحفية أو برامج معينة تتقاضى مقابلها مبالغ باهظة(١) . أما غير ذلك من الأخبار الإيجابية فهى غير ذات قيمة حقيقية لوسائل الإعلام ووكالات الأنباء الغربية .

إن نظام الإعلام الراهن يعمل على بقاء نوع من الاستعمار السياسى والاقتصادى والثقافى ينعكس غالبا على تفسير الأنباء المتعلقة بالبلدان النامية خاصة الإسلامية، ويتجلى ذلك فى ألقاء الضوء على أحداث تكون أهميتها محدودة أو حتى معدومة فى بعض الأحوال، وفى تجميع وقائع متفرقة وإبرازها على أنها ككل، وفى إبراز الوقائع بصورة تجعل الاستنتاج الذى يخلص موا كبا بالضرورة لمصالح تلك الشبكة العالمية، وفى تضخيم أحداث ضيقة النطاق بغية إثارة مخاوف لامبرر لها . وفى السكوت عن أوضاع غير مواكبة لمصالح البلاد الأصلية لهذه الوسائل الاعلامية، وبهذه الطريقة لاتغطى أحداث العالم إلا بالقدر الذى يناسب مصالح مجتمعات معينة، وكذلك تشوه المعلومات إستنادا إلى القيم الأخلاقية والثقافية والسياسية الخاصة بدول معينة، تحديا لقيم الأمم الأخرى وإهتماماتها وتقوم معايير

---

(١) د. مصطفى المصمودى، النظام الإعلامى الجديد، مرجع سابق ص ٤٣

الاختيار بوعى أو بدون وعى على أساس المصالح السياسية والاقتصادية للشبكة العالمية والبلدان التى تترسخ فيها هذه الشبكة، فضلا عن ذلك التركيز على إستخدام المسميات المسكوكة والنعوت والتعاريف المغرضة التى يتم اختيارها بقصد التحقير(١).

ولهذه المعاناة صورة أخرى أكثر إيلاما وأبشع تأثيرا، فوكالات الأنباء الأجنبية هى التى تصنع الرأى العام العالمى، وتشكل رؤيته عنا نحن العرب والمسلمين، ولا عجب أن ينظر إلينا العالم نظرة الازدراء لأننا قوم همجيون، قساة القلوب نعبد المال والجنس ونحتقر المرأة ونحب الحرب ونكره السلام، ولا عجب أن ينظر العالم إلى ديننا تلك النظرة، وأن تتكون لديه هذه الصورة الذهنية عنا، لأن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الغربية تمد تلك النظرة بأسباب البقاء والنماء، كما أنها تشحن أذهان الناس بكل ما يرسخ معالم الصورة الذهنية البشعة عنا، والتى تتكون لديهم عبر الأيام(٢).

وإذا كان هذا هو واقع الإعلام الغربى منذ أمد بعيد فإن وظيفة الإعلام العالمى والنظام الدولى الغربى الجديد سوف تكون شديدة التعقيد، بحيث يصعب الفصل بين الوظيفة الإعلامية كوسيلة لتشويه الصورة وخلق الانطباعات السلبية عن شخصية سياسية أو دولة معينة أو نظام ما تمهيدا لعزله، وقد إستخدمت هذه الطريقة بكفاءة منقطعة النظير مع العراق وتستخدم الآن مع ليبيا وفلسطين وغيرها، حيث أن الأجواء العربية والإسلامية بالطبع مباحه أمام وسائل التصنت والهيمنة الاتصالية، ولذلك لابد من مواجهة الوسائل الالكترونية المتقدمة فى الإعلام والاتصال بوسائل

---

(١) المرجع السابق ص ٤٤

(٢) مجلة اليمامة عدد ٩٣٧، ٧ جمادى الاولى، ١٤٠٧هـ

وأساليب مشابهة ، فالهــوة سحيقة بيننا وبينهم ، ويؤثر ذلك على كفاءة الاتصال والإعلام الإسلامي(١) .

ورغم أن عملية تغيير النظام الإعلامي العالمي عملية مهمة وشاقة ودقيقة ومعقدة ، غــير أنها ضرورة وأنه لابد من صحوة إسلامية إعلامية لمواجهة أبعاد الغزو الجديد والهيمنة الجديدة في مجال الصحافة ووكالات الأنباء ، وأن تنتبه إلى ما يبث إلينا وألا نصبح مجرد وسائل تردد ماتبثه وسائل الإعلام الغربية دون تثبت أو تدقيق في صحة أبعاد هذه المعلومات .

وعلينا أن نثق في مصادر أخبارنا وأن يعتمد بعضنا على بعض ، وأن نطور أنفسنا وإمكاناتنا الإعلامية وكفاءاتنا الاتصالية ، وأن ننفتح على العالم ونقدم إليه مايثق به ، لنفرض إحترامنا عليه ، وأن نكافح بكل طاقاتنا هذا الغزو السافر الذي يتمثل في شكل محطات إذاعية ، تقوم بتشويه عقائد الأمة ، وتشككيها في قيمها وموروثاتها الإنسانية وهذا واقع أليم تعاني منه كثير من الدول الإسلامية(٢) .

وإذا كان الوضع الدولي يشهد مرحلة تعتبر منعطفا تاريخيا في عالم اليوم ، حيث يعاد تشكيل التوازن الدولي بعد سقوط النظام الشيوعي في الاتحاد السوفيتي وتكوين مايسمى بالكومانولث الجديد ، فإن البحث عن رؤية إعلامية إسلامية حضارية وعالمية أمر واجب ، وبخاصة وأن المتغيرات الجديدة تطرح مداخل وعناصر يستطيع الإعلام الإسلامي أن يلعب دورا هاما ، حيث تعيش فيما كان يسمى بالاتحاد السوفيتي ما يقرب من ٨٠ مليون مسلم يعتبرون أكبر تجمع إسلامي في العالم ، وسيكون لهم مقاعد مستقلة

---

(١) الاهرام ، ١٥ / ٢ / ١٩٩٢ م / مقال بعنوان النظام الدولي الجديد ، بقلم سلامة أحمد سلامة .

(٢) د . محمد عبده عاني ، الإعلام الإسلامي في عصر الفضاء ، مرجع سابق .

فى الأمم المتحدة، وقد أظهروا تعاطفهم مع المسلمين ومع قضايا العالم العربى وفى مقدمتها قضية فلسطين ، هؤلاء المسلمين يبحثو عن هويتهم الإسلامية، ويتطلعون إلى العالم الإسلامى بعد أن انكشف عنهم كابوس الشيوعية .

فخطة الإعلام الإسلامى لابد أن تحتوى على منهج عقدى يقدم إلى هؤلاء المسلمين الإسلام فى إطار عصرى ، حتى لايتعرضوا للضياع والتمزق فى كيانات صغيرة عرقية أو تحتويهم مذاهب وأيدولوجيات بعيدة عن الإسلام مقدم إليهم باسم الاسلام، فما لاشك فيه أن العقيدة الاسلامية أقوى وأقدر على توحيدهم فى أمة واحدة تذوب فيها جميع الفروق العرقية والجنسية(١) .

وليس المطلوب فى هذا المجال مجرد إصدار بيانات عاطفية أو نشرات مطبوعة، ولكن المطلوب أولا وبسرعة الاتصال المباشر عن طريق القنوات الدبلوماسية والسياسية والاعلامية للعمل على ضم هــــذه الدول إلى أية منظمة أو مؤتمر إسلامى، ثم إرسال بعوث للدعوة الاسلامية من علماء مستنيرين، واستضافة علماء من بلادهم ، وتخصص قناة إسلامية إذاعية وإن أمكن تليفزيونية موجه إلى تلك البلاد باللغة الروسية حتى نضمن التوجيه الاسلامى لتلك الدول .

ويستطيع الاعلام الاسلامى أن يلعب دورا على المستوى الثقافى حيث يقدم الصورة المضيئة للعدالة الاجتماعية فى الاسلام ، وأنه يدافع عن حقوق الفقراء ،وعلى المستوى الاقتصادى يستطيع الاعلام أن يوضح أنه لم يعد الاشباع المادى وحده هو الكفيل بتحقيق السعادة البشرية

---

(١) الأهرام ١٦٠ / ٢ / ١٩٩٢ ، مقال بعنوان (المسلمون الروس) د . أحمد شوقى الفنجرى .

وإنما أصبحت هناك حاجة للإشباع الروحى . فضلا عن ذلك يجب بيان الأخطار التى نتجت عن إطلاق الحرية الفردية بلا قيود مثل تزايد معدلات الإجهاض والاصابة بالإيدز ، كل هذه أعادت مرة أخرى الاهتمام بالضوابط الدينية والأخلاقية فى الغرب(١) .

ولا شك أن هناك أهمية كبرى تقع على عاتق القـــادة والمنظرين والاعلاميين الإسلاميين والمفكرين إزاء هذا الوضع العالمى الجديد والمستجدات الحالية ، لكى تتخذ الخطوات المناسبة فى الطريق الصحيح وأهمها أن يكون لدينا تعريف واضح وسياسة محددة تترجم هويتنا الإعلامية والثقافية ومعطياتنا الحضارية ، ووجهاتنا التربوية على أسس واضحة من عقيدتنا وقيمنا ومقوماتنا ، وأن نربط ذلك كله بالسياسة الاعلامية وخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية لبلادنا ، ثم نعرف موقعنا من هذا العالم الذى يؤثر فينا ومن المفروض أن نؤثر فيه(٢) .

وهناك بعض الطرق التى يمكن باتباعها التقليل من مخاطر الاعلام العالمى على الأمة الإسلامية ، وتحصين المسلم ضد الهجمات الشرسة والغزو الثقافى الذى يأتى عن طريق العرض للمواد الاذاعية الأجنبية السمعية والمرئية ، والتى يكون هدفها المباشر أحداث عملية إحلال ثقافى وإهدار الأسس التى تقوم عليها ذاتيتنا الثقافية وهويتنا الإسلامية والعربية .

١ - دعم الإنتاج الذاتى للمواد الإذاعية أى الانتاج الذى تتولاه هيئات الراديو والتليفزيون العربية والإسلامية بذاتها ، أو بالمشاركة مع غيرها من الهيئات العامة أو الخاصة المعنية بشئون الانتاج الإذاعى

---

(١) الاهرام ٢١ / ٣ / ١٩٩٢ م

(٢) د . محمد عبده يمانى ، الاعلام الإسلامى فى عصر الفضاء مرجع سابق ، ص ٨

والتليفزيونى ، بحيث يمكن من خلال هذا الانتاج الحفاظ على الذاتية الثقافية العربية والإسلامية ، ويعبر عن آمالها وطموحاتها ، وأن يكون على مستوى فنى يحقق القدر المناسب من الجاذبية لجمهور المستمعين والمشاهدين ، وهنا لابد أن يوضع فى الاعتبار عند وضع سياسات الانتاج وخططه توفير العناصر التالية : -

١ - الإمكانات الفنية والتكنولوجية المناسبة .
٢ - الكوادر البشرية المؤهلة إسلاميا ، والمدربة تدريبا فنيا متخصصا .
٣ - الموارد المالية اللازمة للتشغيل .

٤ - المعلومات المتصلة بالجمهور المتلقى واحتياجاته الاعلامية والثقافية ، ومستوى ثقافاته وعاداته فى المتلقى .

٥ - المعلومات المتصلة بخطط التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية ، حتى تتواكب خطط الانتاج مع خطط التنمية وتعمل على تنشيطها ودفعها إلى الأمام .

ثانيا : تنشيط عملية التبادل بين الهيئات الإذاعية العربية والإسلامية لسد احتياجاتها من البرامج الجيدة حتى لا تضطر إلى اللجوء لمواد أجنبية فى أهدافها ، وهى العملية التى يطلق علية فى الاصطلاح الحديث تيسير التدفق الأفقى لكى يقف فى وجه التدفق الرأسى ، فقد ثبت من خلال الدراسات التى أجريت على عمليات التدفق الرأسى بين مراكز الانتاج الإذاعى العالمى وبين هيئات الاذاعة العربية والإسلامية أن التدفق الاعلامى يسير فى اتجاه واحد من الخارج إلى الداخل(١) .

وبذلك يمكن أن يسهم الاعلام الإسلامى فى الحفاظ على الذاتية

---

(١) سعد لبيب ، دراسات فى العمل التلفزيونى العربى ، مركز التوثيق الإعلامى لدول الخليج ، بغداد ، ١٩٨٤ م

الثقافية والهوية العربية الاسلامية ، ويحمى كيان الأمة من الذوبان فى الثقافية العالمية ، أو ما يعرف الآن بالغزو الثقافى الذى أصبح حقيقة تاريخية يعيشها العالم المعاصر فى عصر ثورة المعـــلومات والحاسبات الالكترونية ، وتقنيات الاتصال الجماهيرية العملاقة ، وعصر الأقمار الصناعية والتوابع الفضائية المسخرة للاتصالات المختلفه، وفى مقدمتها البث الاذاعى والتليفزيونى . إن هذه التقنيات المتطورة بقدر ما هى عون فى تقدم الثقافه الانسانية وإثراء المعرفة البشرية ، تشكل فى الوقت ذاته خطرا متزايدا على المجتمعات المتلقية التى لا تملك حرية الاختيار أمام هذا الاقتحام الضارى ،وهو أمر يفضى إلى نتائج سلبية بالنسبة للثقافات الوطنية، وتتعاظم هذه النتائج بمقدار عزلة تلك الثقافات وضعفها ، فهى تؤدى فى المقام الأول إلى عملية إحلال لثقافات أخرى ، حتى على مستوى القواعد الجماهيرية إبتداء من العادات والممارسات والسلوك اليومى إلى سلم القيم ونمط الحياة ، مما يغير شخصية تلك المجتمعات بإعادة صياغتها على نمط أجنبى هدفه فى نهاية الأمر هدف اقتصادى وسياسى وأيديولوجى(١) .

رابعا : المتغير الحضارى والثقافى :

قد يكون من أبرز المتغيرات التى يعيشها عالم اليوم هو الصراع الحضارى بين الأمم حيث يعيش عالمنا المعاصر صراعا حضاريا من نوع جديد، فالصراع الدولى قد تحول من صراع عسكرى إلى صراع حضارى ، بعد أن كانت الدول الكبرى تحشد قواها لامتلاك مزيد من الأسلحة وأدوات الدمار أصبح الصراع الآن قائما على مستويات أخرى ، وخاصة فى مجال الاعلام وثورة الاتصالات والمعلومات والمجالات العلمية والحضارية .

أصبح الصراع الحضارى سواء على مستوى الدولى أو الاقليمى يعتمد

---

(١) مجلة الدراسات الإعلامية عدد ٤٩ ، أكتوبر ونوفمبر ١٩٨١ م

أساسا على العلم والتعليم العصرى المستنير والاعلام(١)، وهذا ما يجب أن يضعه فى الاعتبار قادة العالم الإسلامى وعلماؤه، فالتأخر فى الأخذ بتكنولوجيا الاعلام والاتصال وموا كبه ثورة المعلومات التى انتشرت فى جميع أنحاء العالم، وانتشار الأمية فى عصر الكمبيوتر يمثل عائقا أمام تقدم الاعلام الإسلامى وانتشار الرسالة الاعلامية .

لقد وصلت المعرفة البشرية فى النصف الثانى من القرن الحالى إلى مرحلة متقدمة، بحيث صار ما يصدر من سيل للمعلومات من المعاهد العلمية على اختلاف مستوياتها وعن وسائل الاتصال والاعلام ودوائر الحكومات والجامعات كذلك ما يذهل ويخيف المشتغلين بالاعلام ، فقـــد أصبح المكتبيون عاجزون عن تنظيمها وإدارتها وصار الجميع غير قادرين على الاستفادة منها على الوجه الأكمل .

وهناك دراسات كثيرة تبين أن المعرفة البشرية كانت تتطور ببطء طوال تاريخ الإنسانية حتى عام ١٨٠٠، وبعد ذلك التاريخ بدأت المعرفة تتضاعف كل خمسين عاما ، وعند حلول عام ١٩٥٠ أصبحت تتضاعف كل خمس سنوات وتقدر بعض الدراسات بأن ١٤٥ مليون وثيقة علمية قد نشرت خلال الحضارة البشرية(٢) .

وهكذا شهدت القرون الأخيرة تطورا سريعا ومتلاحقا فى حركة النشر العلمى ، وهناك دراسات كثيرة أجريت بخصوص المعرفة وتطورها أوضحت أن المكتبات ومراكز المعلومات تزداد حجما بنسبة ٧٪ فى كل

---

(١) الأهرام بتاريخ ٢٢ / ٣ / ١٩٩٢ م مقال بعنوان التعليم ونظرية ماكنمار ، بقلم رجب البنا .

(٢) د . محمد الهادى نظم المعلومات فى المنظمات المعاصرة القاهرة ١٩٨٩م ، ص ٦١

عام وتزيد مقتنياتها بنسبة ١١٪ من مجموع مصادرها سنويا ، وتقدر هذه الدراسات أنه بعد مروره ١٥ عاما سوف يكون فى العالم ما بين ٣٠-٣٥ ، مليون باحث فى العلوم المختلفة الطبيعية منها والاجتماعية والإنسانية ، وأن ما ينشره هؤلاء الملايين من العلماء يقدر بـ ١٤ مليون وثيقة فى العام الواحد، وخلال عقدى الخمسينات والستينات كانت أعداد الوثائق تزداد بما يقدر بمليون ونصف المليون وثيقة لكل سنة ، وتزداد حاجة القراء إلى مصادر المعرفة بنفس السرعة التى تزداد بها الوثائق ، وتدلنا بعض التقارير والإحصاءات على صورة تفجر المعلومات الذى حدث فى مجال الدوريات فقط فإن أكثر التقارير تحفظا تشير إلى أنه صدر فى العالم ما يزيد على ٩٠٠٫٠٠٠ دورية مطبوعة أو شبه مطبوعة ، وأن ما يصدر كل عام يدور حول ٥٠٠٫٠٠٠ دورية على المستوى العالمى ، وأن معدل الزيادة السنوية فى عدد الدوريات يصل إلى حوالى ١٥٫٠٩٠ دورية(١) .

ومن هنا شهدت السنوات الأخيرة انفجارا هائلا فى حجم ما يطبع وينشر فى كل مجال من مجالات المعرفة ولا سيما المتخصصه ،وعلى سبيل المثال فإن محرر باب العلوم فى الصحيفة عليه أن يقرأ كل عام ما يربو على مليون مقالة نشرت فى الدوريات العلمية والتكنولوجية ، وهذا المليون هو فقط حصر للمقالات التى تحتوى على معلومات وأفكار جديدة غير مكررة وإلا لزاد العدد بكثير ، وتؤكد الدراسات أن هذا السيل العـــارم من المعلومات سوف يستمر فى إزدياد مطرد ، وأن هذه الزيادة سوف تأتى كنتيجة حتمية لتطوير ثقافات الشعوب المتعددة وسوف يزداد نحو عدد المتخصصين والباحثين فى شتى أنحاء العالم ، أضف إلى ذلك أن كثيرا من

---

(١) د. شعبان عبد العزيز خليفة ، الدوريات فى المكتبات ومراكز المعلومات العربى للنشر والتوزيع ، القاهرة ص ٣٥ - ٣٦

المجتمعات المتأخرة والقبلية اليوم سوف تتحول فى المستقبل القريب إلى مجتمعات عصرية تفتح المدارس والجامعات وتنشىء المصانع وتطور الزراعة على أسس علمية(١) .

ويرى علماء الاقتصاد السياسى أن الثورة العلمية والتكنولوجية الراهنة تتمثل فى ثلاث مجالات رئيسية هى ثورة تكنولوجية المعلومات وثورة التكنولوجيا الحيوية ، وثورة تكنولوجيا المواد ، ويرون أن ثورة تكنولوجيا المعلومات تتعلق بجمع وتخزين وإستعادة ومعالجة وتحليل المعلومات ونشرها ، وتقوم على الربط بين التكنولوجيا المبنية على الالكترونيات الدقيقة وصناعة المعلومات ، وتتصف تكنولوجيا الالكترونيات الدقيقة بسمات أهمها أنها ذات كثافة علمية شديدة ، كما أنها تتميز بشدة كثافة رأس المال فيها وبتركيز شديد على النطاق العالمى(٢) .

وتتوقف الاستفادة من ملايين الوثائق العلمية التى تنشر كل عام إلى حد كبير على التعاون بين المعاهد العلمية المختلفة فى ميدان المعلومات لفائدة الجميع ، ويمكن إنشاء شبكة من المعلومات على المستوى الدولى ، تساهم فى حل مشكلة المعلومات والمعرفة والإستفادة منها على مستوى دولى ، وجعلها تحت تصرف العالم أجمع ، فمشاركة الدول جميعا فى مشروع شبكة أو شبكات للمعلومات وجعلها عالمية بدلا من أن تكون على مستوى المناطق الجغرافية المختلفة أو كل دولة على حدة سوف تكون أكثر نجاحا وأضمن للحفاظ على الثروة العلمية والمعرفة البشرية .

---

(٢) د. يونس عزيز ، نظم المعلومات الحديثة ص ١٦٦ منشورات جامعة قار يونس ١٩٩٢ م

(١) د. فؤاد مرسى ، الرأسمالية تجدد نفسها ، الكويت ، عالم المعرفة ، ١٩٩٠ م ، ص ٣٧

وفى هذه الحالة يمكن استخدام الأقمار الصناعية كأوساط لتخزين المعلومات، وجعل تلك المراصد متاحة للعالم أجمع، وبذلك تكون هذه الصناعة قد استفادت الفائدة القصوى من التكنولوجيا الحديثة، التى من المفروض أن تعمل على خلق عالم أفضل يتحقق فيه العدالة العلمية، وتكافؤ الفرص بين القراء فى مختلف أنحاء المعمورة(١) .

كل ذلك يؤكد أن المتغير الثقافى فى الحقيقة له أهمية كبرى وبخاصة - كما سبق القول - أننا نعيش عصر ثورة المعلومات، ولم يعد فى المستطاع غلق الأبواب المتغيرات الثقافية، التى تطورت فى إطار الثقافة الغربية وهى ثقافة تختلف فى كثير من أسسها عن ثقافتنا والأسلوب الجديد للاستعمار العالمى - أو ما يسمى بالإمبريالية العالمية - الذى يحاول من خلال ضمان استمرار هيمنتها وسيطرتها على البلدان النامية ومنها البلدان الإسلاميه، وإحكام النفوذ من خلال الثقافة كبعد جديد يضاف إلى أبعاد السيطره السابقة الاقتصادية والسياسية والعسكرية، ومن خلال التغلغل الثقافى يتم نشر مفاهيم ثقافية وفكرية معينة تخدم وجود الدول الاستعمارية، حيث يتم مسخ الثقافة الوطنية وتشويهها، والإقتناع بأنها ثقافة متخلفه لا توا كب العصر ومتطلباته الحضارية، فيصبح كل ماهو أجنبى له السيطرة والتفوق، وهو المثال والنمط الذى يجب أن يقلد فى ميادين الحياة كافة فى الأدب والفن والموسيقى وتقاليد الحياة اليومية من المسكن والملبس ولغة التخاطب أو كما عبر عن ذلك الطيب الصالح فى روايته موسم الهجرة إلى الشمال بقوله : « لقد أسسوا المدارس ليعلمونا نقول نعم بلغتهم، وبعد سنوات من هذه الممارسات والتغلغل الثقافى تصبح ثقافة البلد تابعة للنمط الأجنبى، وليست ثقافة وطنية تعبر عن خصائصها وسماتها القومية » لذلك فإن الغزو الثقافى

---

(١) د. يونس عزيز نظم المعلومات، مرجع سابق ص ١٦٨

يعد من أحدث الأساليب الاستعمارية لضمان فرض الهيمنة والتبعية ، ذلك لأن غزو العقول أخطر من غزو الأرض لأنه غزو غير منظور وغير مباشر مما يعني أن مكافحته أصعب وأقسى(١) .

ويلاحظ الآن أن الغزو الثقافي « غزو العقول » ملازم للقوة السياسية والعسكرية والاقتصادية في جعل أمريكا هي الدولة الأقوى في استعمال هذا الاسلوب ، وقد أغرقت المكتبة الاعلامية العالمية في السنوات الأخيرة بالكثير من البحوث والدراسات عن علوم الاعلام والاتصال ، وخصوصا ما يتعلق بالإعلان والعلاقات العامة ومسوح الرأي العام ، وفي دراسة أجراها اليونسكو عن التداول الدولي للبرامج التليفزيونية نشرت عام ١٩٧٤ م ، تشير إلى أن غالبية الدول النامية التي توجد بها محطات تليفزيونية تستورد ما لا يقل عن نصف البرامج تأتي من الولايات المتحدة الأمريكية ، وأن الدول التي تحتكر تصدير المواد التليفزيونية هي على التوالي الولايات المتحدة ثم بريطانيا وفرنسا وألمانيا الاتحادية ، ويلاحظ أن الدول الثلاث الأولى تحتكر أيضا مصادر الأنباء الدولية إذ يوجد بها مقر وكالات الأنباء الغربية التي تتحكم في حركة الاعلام الدولي .

وهذه المواد التليفزيونية تتدفق في اتجاه واحد من الدول المتقدمة إلى دول العالم الثالث ، ومنها الدول العربية والإسلامية وتحصل الدول المتقدمة من الدول النامية على خير ما عندها ، بينما تحصل هذه الدول على أسوأ ما ينتج في الدول الغربية المسمى بالمتقدمة ، مما يلحق أضرارا فادحة بالثقافات القومية أو الأصيلة ، ومن خلال ذلك يتم فرض الأذواق الاجتماعية والثقافية الأجنبية ، على شعوب العالم العربي والإسلامي

(١) د . محمد سيد محمد . الغزو الثقافي والمجتمع العربي المعاصر ، القاهرة ١٩٩٤ دار الفكر العربي ، ص ٢٨

مستهدفة خلق نمط ثقافي غربي من حيث المضمون والذوق والأسلوب(١).

والجدير بالذكر أيضا هنا أن الدول المتقدمة لا تصدر هذه الأعمال والأفكار سعيا وراء مكسب مالي، وإنما القصد هو تخريب العقول ومحاولة اقتلاع كل القيم من صدورها واستبدالها بقيم أخرى غريبة عن القيم الإسلامية الأصيلة، وقد أثبتت معظم الدراسات الميدانية التي أجريت في المجتمع المصري على سبيل المثال أن نسبة مشاهدة الأفلام والمسلسلات الأجنبية عاليا جدا قد تفوق في حالات نظيرتها المصرية، وخطورة هذا الوضع هو أن النسبة الغالبة من المشاهدين أميين حيث ترتفع نسبة الأمية بين أفراد المجتمع المصري بأنواعها الثلاثة الأمية الأبجدية والأمية الحضارية وأمية الممارسة والتطبيق، وبالتالي فإنهم يجلسون مبهورين بما يشاهدون في الأفلام والمسلسلات بل ويقلدون عن جهل ما يشاهدونه، ولعل ما نراه اليوم من تقاليع عن أنماط سلوك، وما نلمسه من قيم وأفكار إنما هي من نتاج الأفكار المسمومة التي تتغلغل فينا يوما بعد يوم، حتى أن نوادي الفيديو قد أصبحت مليئة بمثل هذه الأفلام التي تفوق في عددها ونوعيتها كل ما هو محليا(٢)، وهذا الوضع ينطبق على معظم الدول العربية والإسلامية.

إن الأقمار الصناعية وأبراج الإرسال فائقة القوة قد استباحت كل أرض وكل وطن ودخلت كل بيت وكل أسرة، ودمرت كل قيمة ومعتقد لأن كل ماتنفقه هذه الدول التي تمتلك تكنولوجيا الاتصال لا يمكن أن يستنزف منها مليارات الدولارات لولا أنها تعتبره استثمارا ثقافيا رخيص التكلفة

---

(١) د. عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، القاهرة دار الفكر العربي ١٩٨٧ ص ٧٤، ٧٥

(٢) د. محمد سيد عثران، تكنولوجيا الاتصال، القاهرة ١٩٩٢ م ص ٤٧

مهما بلغت نفقاته ، فبدلا من إطلاق صاروخ مدمر يكلف مليون دولار يمكننا أن تطلق قذيفة فكرية مسمومة لا تتكلف معشار ذلك المبلغ ، وتحقق من الفتك والتخريب أكثر مما يفعل الصاروخ أو الطائرة أو المدفع .

ولعل ما يجب التنبيه إليه هنا أن هناك فرقا شاسعا بين كل من الغزو الثقافي والتبادل الثقافي ، حيث أن الغزو الثقافي يقوم على السيطرة الفكرية وعلى التغلغل غير المرغوب فيه للقيم والمعتقدات ، يقوم على التسلسل إلى عقول ووجدان الأفراد عبر برامج ظريفة ومنمقة ، يقوم على تدمير الثقافة التي يغزوها وإعادة تشكيلها من جديد سواء شاءت الشعوب أم أبت ، يقوم على العزف على الأوتار السياسية والاقتصادية والاجتماعية الممزقة للدول العربية والإسلامية ، يقوم على تكنولوجيا الاتصال وهيمنة الوسائل والرسائل الاتصالية الجديدة ، أما التبادل الثقافي فهو على العكس من ذلك بل هو ضرورة حتمية في ظل الثقافات المختلفة ، ويقوم على التبادل المتوازن للثقافات بين الشعوب التي ترغب في التعرف على ثقافات الشعوب التي تختلف عنها(١) ، وذلك دون إكراه أو قسر أو ضغط أو استغلال للظروف المادية أو الاجتماعية أو الثقافية .

والمعروف أن القوة الاستعمارية قد فرضت على شعوب العالم الثالث استخدام لغات الدول الاستعمارية السابقة ، ولا يزال هذا الوضع سائدا رغم حصول معظم دول العالم الثالث على استقلالها السياسي ، مما ترتب عليه إنعزال مجموعات كبيرة من السكان لغويا بعضها عن البعض الآخر ، فضلا عن الاغتراب الثقافي الذي انتشر بسبب اعتماد وسائل الإعلام

(١) المرجع السابق ص ١٧ - ١٨

فى الدول النامية على اللغات الأجنبية وتجاهلها للغات الوطنية(١) .

هذا المخطط الاستعماري قد نجح إلى حد ما فى بعض البلاد العربية والإسلامية ، وفى بعضها الآخر نجح نجاحا باهرا على سبيل المثال فى الجزائر وتركيا ، وبهذا نجحت أوسع عملية غزو ثقافى فى التاريخ شملت العقائد والتشريع والنظام السياسى والأخلاق والعادات واللغة والشعائر الدينية والأزياء وكل المظاهر الثقافية ، وعلى أية حال فالغزو الثقافى الأوربى من خلال وسائل الاتصال الحديثة ، يستهدف صراحة أو ضمنا تحطيم مقومات الأمة الإسلامية العقديه والفكرية والثقافية والحضارية والتشكيك فيها ، والتقليل من شأنها أو الحط من قيمتها ، وتفضيل غيرها عليها وإحلال سواها محلها فى الدستور أو مناهج التعليم أو برامج الإعلام والتثقيف والأدب والفن ، والنظرة الكلية للدين والإنسان والحياة ، فالعالم الغربى حرص على غزو العالم الإسلامى ثقافيا بأربع قضايا كلية هى :ـ

أولا : النظرة الغربية إلى الإنسان .

ثانيا : النظرة الغربية إلى الدين .

ثالثا : النظرة الغربية إلى الحياة .

رابعا : النظرة الغربية إلى السياسة والاقتصاد(٢) .

كذلك تجدر الإشارة هنا إلى أن المتغيرات الاقتصادية أصبحت هامة جدا ، وهى كذلك منذ قديم الزمان فهى أحد العمد الأساسية لقوى

---

(١) د. عواطف عبد الرحمن ، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية مرجع سابق ص ٧٦

(٢) د. عبد الله بن عبد المحسن التركى ، تحديد مفهوم الغزو الثقافى ورقة عمل ألقيت فى ملتقى الفكر الإسلامى التاسع عشر بالجزائر شوال ١٤٠٥ هـ . يوليه ١٩٨٥ م

الدول المختلفة ، والعالم اليوم يتميز بتكتلات اقتصادية تميل نحو الضخامة، وهناك تغير أيضا على مستوى التنمية الاقتصادية ، وبخاصة فيما يتعلق بالتركيز على الرفاهية والإشباع المادى كوسيلة لتحقيق سعادة الإنسان بطريقة متزايدة، حيث أصبح من المحقق أن إشباع الحاجات المادية وحدها مع إهمال الجوانب الروحية والنفسية لا يحقق سعادة للإنسان ولا المجتمعات . ومن ثم لابد من العناية بالجوانب الروحية ، أيضا ما يجرى من تغيرات فى المجتمعات المختلفة من تركيز على حقوق الإنسان والديمقراطية ، فلدينا فى الإسلام الحرية الشخصية والشورى الديمقراطية ، وهى قيم أصبحت تطرح على الصعيد الدولى بصورة متزايدة(١) .

خامسا : التعصب الأوربى ضد الإسلام :

من المتغيرات التى تقلل من فاعلية الاعلام الإسلامى وتلتج مضاعفاتها على المضمون الفكرى للاعلام الإسلامى فى مجموعه وتفاصيله التعصب الأوربى ضد الإسلام .

إن خبراء الاستراتيجية الغربية يصورون الإسلام على أنه هو العدو والخطر القادم بعد سقوط الاتحاد السوفيتى ، وقد ظهرت تيارات من التعصب السياسى والاجتماعى ضد الأجانب عامة ، وضد المسلمين بشكل خاص فى عدد ليس قليل من الدول الأوربية فى مقدمتها فرنسا وألمانيا وبلجيكا وإيطاليا والنمسا ، تراوحت بين البرامج السياسية والاعتداءات الجسدية وقد راودت المؤسسات الغربية مخاوف حقيقية من بروز قوة عالمية ثالثة لها دور حاسم فى تغيير الخريطة السياسية والاجتماعية للعالم بأسره، خاصة وأن تنبؤات المستشرقين بامكانية انبعاث اسلامى لها ما يبررها عندما

---

(١) الأهرام بتاريخ ٢١/٣/١٩٩٣م ، ندوة الأهرام كلمة د. سلطان أبو على ، وزير الاقتصاد السابق .

انتشرت الصحوة الإسلامية بين شباب العالم الإسلامى فى العقد الأخير، وأمام هذا الخطر القادم من الشرق فى تصورهم، لم يكن للغرب بديل غير استخدام سلاح الإعلام لتشويه وتدمير صورة الإسلام فى أذهان الشعوب الغربية، فيصل الأمر إلى حد أنه يكتب ديفيد ويلس أحد كتاب صحيفة «كريستين سايلس مونيتور» الأمريكية مقالا يؤكد على أن الإسلام يعتبر المرأة عنصرا بشريا من الدرجة الثانية بعد الرجل، وأن الإسلام دين متخلف عن الحضارة العالمية الحديثة(١).

لقد طغت ظاهرة التعصب ضد الإسلام فى وسائل الاعلام الغربية بالذات بعد فوز جبهة الإنقاذ الإسلامية فى انتخابات الجزائر، ثم إعلان قادتها عن تصورهم للحكم إذا تولوا مقاليده، وحاولت بعض المقالات والدراسات أن تصور الإسلام بالعنف وتربط بينه وبين التطرف وتصور تيار ما يسمى بالأصولية الإسلامية بالتطرف، الذى لا يتفق وحقوق الإنسان والديمقراطية فى زعمهم(٢).

فالغرب يحمل لنا فى أعماقه كراهية وطمعا، وهو لا يخفى ذلك بل يرى أن كلمة العرب ترادف الجثة المتعفنة والتخلف، وتعتقد شرائح من المجتمع الغربى أن الحضارة العالمية عليها أن تزيل العرب من الوجود، لكى تستقيم الحياة، ويرى الغرب فى الصحوة الإسلامية أنهـــا خطر مدمر على الحياة الإنسانية(١).

---

(١) مجلة منار الإسلام العـــدد الثالث السنة العاشرة ربيع الأول ١٤٠٥ ديسمبر ١٩٨٤ م. مقال بعنوان الإعلام الإسلامى وتحديات العصر د. زهير الأعرجى.

(٢) الأهرام ١٢ فبراير ١٩٩٢ مقال بعنوان الإسلام والديمقراطية والتطرف بقلم عاطف الغمرى.

(٣) الأهرام الاقتصادى ٥/٤/١٩٩٣ مقال بعنوان الحرب تحت شعار الدين بقلم بهى الدين شعيب.

وعلى سبيل المثال فإن من أوضح الدراسات التى تعرضت لهذا الموضوع ما كتبه أموسى بيير لوتر أستاذ العلوم السياسية فى جامعة واشنطن التى قال فيها : « إن المشكلة التى أثارتها أحداث الجزائر الأخيرة ليست مشكلة الديمقراطية ، لكنها مشكلة الخصائص الحقيقية للإسلام ، ثم يذكر أن الإسلام أو الأصولية الإسلامية كما يسميها لا تتفق مع حقوق الإنسان ، وأنها معادية للثقافة السياسية الديمقراطية برمتها .

وهناك دراسات صادرة عن المراكز السياسية والاعلامية والاستراتيجية للغرب تلتقى كلها حول أن الأصولية الإسلامية هى القوى الرئيسية الجديدة التى تناهض تهدد الاستقرار الإقليمى والأمن الدولى(١) .

وقد وصل الأمر إلى تشويه عقائد المسلمين الدينية وفكرهم وإسهامهم الحضارى ، والترويج لأفكار خاطئة عن الإسلام بكل الوسائل ، لدرجة أن البحث العلمى لم يسلم من هذه الموجة ، وإذا كان تاريخ الإستشراق عريقا فى هذا المجال ، فإن من العجب أن تنطوع مجلة علمية مرموقة كمجلة العلم والمجتمع التى يصدرها اليونسكو بسبع لغات حية تنشر مغالطات عن العقيدة الإسلامية فى عددها رقم ١٥٩ ، فى حين أن المفترض أن تكون هذه المجلة محايدة وأن تقوم بنشر المعلومات الحقيقية الموثقة خاصة إذا تعلق الأمر بالأديان حتى تسهم فى تحقيق مزيد من التعارف والتفاهم بين الشعوب ، وقد كشف الدكتور أحمد فؤاد باشا أستاذ الفيزياء بكلية علوم القاهرة لصفحة الفكر الدينى فى الأهرام جوانب من هذه المغالطات التى كتبها ديفيد كينج المدير الحالى لمعهد تاريخ العلوم بفرانكفورت فى مقال له بعنوان « العلم فى خدمة الدين » نشر فى مجلة العلم والمجتمع بحمل رقم ١٥٩ .

---

(١) الأهرام / ١٢ فبراير ١٩٩٢ م ، مرجع سابق .

شكك الكاتب فى ورود نص عن الصلاوات الخمس لدى المسلمين وخالط بين الصلاة المفروضة والتطوع ، بالإضافة إلى ذلك عرض الدكتور فؤاد باشا لمغالطات أخرى لبعض المستشرقين قائلا : إن بعضهم يشكك فى مقدرة العقلية العربية الإسلامية على الابتكار ، وعلى إكتشاف القوانين العلمية على أساس أنهم غير مؤهلين لذلك ، بحكم أن عقليتهم صحراوية كما يزعم المستشرق الفرنسى رينان . كذلك فإن بعض مؤرخى العلم قد نسبوا زوراً بعض الاكتشافات العلمية التى اكتشفها المسلمون إلى علماء أوربيين مثل نسب اكتشاف الدورة الدموية إلى وليم هارفى فى حين أن الذى اكتشفها هو العالم العربى ابن النفيس . . . إن مؤلفـــات الغربيين والمستشرقين تزخر بالعديد من الإفتراءات التى تهدف إلى إسقاط الدور الإسلامى الحضارى من حركة التـاريخ ، وجعل إنجازات علماء المسلمين المعروفة على هامش العلوم الغربية القديمة ، وقصر إسهامات علماء الحضارة الإسلامية على مجرد وظيفة ساعى البريد الذى نقل الحضارة الإغريقية القديمة ، ويشير إلى أن هناك من يسعى جاهداً إلى سرد مبررات يحسبها علمية ليكيل اتهامات متنوعة للإسلام والمسلمين، دون أن يشرحها أو يدلل عليها على نحو ما فعل جوى دبزموند برنال فى كتابه العلم فى التاريخ حيث زعم أن الثقافة الإسلامية ليست تقدمية . . . ولمواجهة هذه الدعاوى والافتراءات لابد من تأصيل الثقافة الإسلامية ، وإعادة صياغتها بما يلائم إيقاع العصر وبيان إسهام المسلمين فى بناء الحضارة الإنسانية الحديثة من خلال وسائل الاعلام الإسلامى الدولية ، وذلك فى إطار الإلمـام الواعى بكل الخصائص والسمات الحضارية التى تميزنا عن الآخرين ، بما يحصن شبابنا من هذه المزاعم ، ويجعلهم قادرين على الإسهام فى بناء حضارتهم المعاصرة بنصيب يتناسب مع مجد أمتهم الإسلامية وتاريخها العريق(١) .

---

(١) الأهرام بتاريخ ٢١ / ٨ / ١٩٩٢ م . حوار بعنوان لا يزال مسلسل =

وتكشف الدكتورة أنا مارى شميل عميدة الإستشراق عن سبب التعصب الأوربى ضد الإسلام فى مقدمتها لكتاب الدكتور مراد هوفمان « الإسلام هو البديل » قائلة : أن الجهل هو السبب الذى يجعل الحضارة الغربية تقف من الإسلام والمسلمين هذا الموقف ، وتعود بنا هذه المستشرقة إلى لوحات فنانى القرن التاسع عشر الغربيين وكانو شغوفين بتصوير المسلمين أو المحمدين كما يسمونهم ، وكانوا يصورونهم برابرة همجين شاهرى السيوف أو غرقى فى الترف ومجالس اللهون والحسان . تقول الدكتورة أنا مارى شميل أن مصلحة الحرب المقدسة التى استهلكته وسائل الاعلام الغربية وألصقته بالمسلمين زورا ، هو مصطلح لا علاقة له بالإسلام ولا يمت بأية صلة لمصطلح الجهاد ، وإنما هو من مخلفات الحرب الصليبية ، أما الجهاد فكلمة عربية تعنى لغويا النصب « التعب » والسعى الدائب وتعنى دينيا الجهاد فى سبيل الله دفاعا عن الدين لا عدوانا أو اعتداء ودينيا أيضا يعنى الجهاد جهاد النفس ، حيث يسعى المسلم إلى الوقوف ضد ضعفه الشخصى أيا كانت صورة هذا الضعف ، وتمضى الدكتورة أنا مارى فى كلمتها : « إن من المحزن حقا ألا يميز الكثيرون فى الغرب بين الإسلام وما يقترف من جرائم باسم الإسلام ، أن الإسلام برىء من الإرهاب والإرهابيين والأصوليين وهذا التعبير الأخير لا يمت إلى الاسلام بصلة فهذه كلمة تطلق فى اللاهوت على اتجاه معين فى أمريكا ، ويقصد الاعلام الغربى بها المتطرفين من المسلمين(١) » .

= العدوان على المسلمين وعقيدتهم مستمرا - مجلة علمية دولية تروج المغالطات عن الشريعة الإسلامية ، أجرى الحوار محمد يونس .

(١) الاهرام بتاريخ ٢٨ / ٦ / ١٩٩٣ م مقال بعنوان الجهل هو السبب أحمد بهجت

البـــدائل

بعد هذا الاستعراض لأوضاع الاعلام الإسلامى، والوقائع والتحديات والمتغيرات التى تواجهه، الأمر الذى يقلل من فعاليته لابد، لنا من إيجاد بدائل توضع أمام الاعلام الإسلامى حتى يخرج من إطار هذه الظروف أو التقوقع فى حيزها، ويحقق الفاعلية المنوطة به

والبدائل هى بمثابة محاور متحركة ينبغى أن توضع خطة الاعـــلام الإسلامى وإستراتيجيته على أساسها، وهذة البدائل توضع وفقا لمستجدات الأحداث وتغيير الأوضاع، فلا ينبغى أن تكون خطة الاعلام الإسلامى أو استراتيجيته جامدة لا تلاحق الأحداث، أو تقف عند محاور معينة وأفكار لا تتعداها، فهذا من شأنه أن يقلل من قدرة التأثير، ومواكبة الاعلام الإسلامى لما يتمخض عنه العصر من اضطرابات وتغير فى السياسات والنظم والمخترعات الحديثة أو التقنيه المنظورة ولا سيما فى مجال الاعلام والاتصال .

لا يكفى عند وضع استراتيجية للاعلام الإسلامى أن يكتفى بتصور المتغيرات وبلورة الأهداف وتحديد الوسائل اللازمة لتحقيقها، وإلا كانت هذه الاستراتيجية قاصرة عن تحقيق أهدافها وإدراك غاياتها، ولذلك فلا بد على واضع الاستراتيجية أن يضع أمامه مجموعة من الاختيارات والبدائل التى تكفل للخطة المرونة فى الحركة وتحقيق الأهداف، لأن النشاط الاعلامى يعمل فى إطار مجموعة من القوى والمتغيرات والأنشطة المتعددة(١) .

والاعلام الإسلامى يجب أن يتغير فى موضوعه وأسلوبه وأن يتناول

---

(١) د. السيد عليوة، استراتيجية الإعـــلام العربى، مرجع سابق، ص ٢٥٠

تطورات العصر والحاجات الملحة لجماهير المسلمين والقضايا الجوهرية فى الإسلام ، وخاصة جانب المعاملات ، وبهذا يستطيع أن يساعد الأمة على بناء شخصيتها حضاريا وثقافياودينيا. من خلال مايقدم لها من نماذج حضارية وتاريخية ورؤية مستنيرة ، تعينها على التفتح الذهنى الذى يعى المتغيرات الحضارية والثقافية الموجودة على الساحة العالمية .

ويمكننا أن نضع هنا مجموعة من المحاور أو البدائل التى توضع فى الاعتبار أثناء وضع استراتيجية للاعلام الإسلامى .

الإسلام أو العروبة :

هناك قضية طالما تثار فى الساحة الاعلامية على مستوى العالم العربى والإسلامى ، وهى قضية الخيار بين الاسلام والعروبة ، هل ندعو إلى العروبة أم للاسلام ، وهذا جدل لا طائل من ورائه . فالاسلام ليس ضد العروبة ، والعروبة ليست ضد الاسلام إنهما وجهان لعملة واحدة ، فلا إسلام بغير عروبة ولا عروبة بغير إسلام ، فالفصل بينهما لعبة استعمارية بغيضة تريد أن تضرب الوحدة الروحية فى مقتل ، وهى تتآمر على الاسلام قبل أن يكون على العروبة ، لذلك لابد أن يتكفل الخطاب الاسلامى الاعلامى برفع تلك الغشاوة عن أعين الكتاب والمفكرين والمثقفين ، ليعيد إلى الأذهان عوامل انصهار الوحدة العربية ويقيم شأن التضامن الاسلامى(١) .

لقد اكتشف الجميع أن الحراب المواجهة إلى العروبة ، هى نفس الحراب الموجهة إلى الاسلام ، من هذا المنطلق فلا ينبغى فى الخطاب

---

(١) د . محمد إبراهيم الفيومى فلسفة خطاب الإعلام العربى بين التبرير والتغيير ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى ، مركز صالح كامل جامعة الأزهر - القاهرة ذو القعدة ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ ص ٨

الاعلامى الإسلامى أن ينظر إلى الدعوة إلى العروبة على أنها قضاء على الوحدة الإسلامية أو العكس، فلا تعارض مطلقا بين الدعوتين وأنه بالإمكان أن نكون عربا ومسلمين فى آن واحد، فهناك دائما يثار تساؤل هل يدعو الاعلام الإسلامى إلى الجامعة الإسلامية حتى يكون للأمة مقصد واحد وتحكم الأقطار كلها بحكومات إمامها القرآن وأساسها الشورى والعدل، أم يكرس الاعلام الدعوة إلى القوميات الضيقة أو القطرية والاجابة على هذا التساؤل هى أن أفضل توجه يقوم إليه الاعلام الإسلامى هو الدعوة إلى أن يكون سلطان المسلمين القرآن ووجهة وحدتهم الدين، وكل ذى ملك على ملكه يسعى بجهده لحفظ الآخرين ما استطاع، فإن حياته بحياتهم وبقاءه ببقائهم كما رأى ذلك جمال الدين الأفغانى ومحمد عبده فى العروة الوثقى منذ مائة عام أو أكثر(١).

إن من أخطر الأفكار التى تشيع فى العالم الإسلامى اليوم فكرة النزاعات القومية والعرقية التى مزقت المسلمين وحولتهم إلى أعداء فى الوقت الذى يتوحد فيه العالم من حولهم سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، فقد توحدت أوربا وتوحدت شعوب شرق آسيا أو فى سبيلها إلى التوحد وظهر ما يسمى بالنظام العالمى الجديد، فى هذا الوقت نجد من ينادى فى العالم الإسلامى بالنزعات القومية والعرقية، ظانا أنها تستطيع أن تجمع شتاته، بينما هى تساعده على مزيد من الفرقة والتشتت، لأن أية دعوة للوحدة لا تقوم على أساس الاسلام فلا فائدة منها، مهما روج لها الاعلام العالمى الذى يحاول نشر هذه الأفكار حتى يستمر العالم الاسلامى فى ضعفه وتناحره(٢).

---

(١) د. إبراهيم إمام. أصول الإعلام الأسلامى، مرجع سابق، ص ١٦٥
(٢) د. سعد الدين السيد صالح، النزاعات القومية فى العالم العربى ودور =

فالاسلام رسالة عالمية لا يفرق بين شعب وشعب ولا بين جنس وجنس، ومن هنا صهر الأمم فى أمة واحدة وألف بين القلوب ، وجعل المجتمع الاسلامى على قلب رجل واحد بصرف النظر عن الجنس أو اللون أو اللغة، فقد اجتمعوا على كلمة لا إله إلا الله محمد رسول الله ، كانت هذه هى العصبية وهى الرابطة وهى التوجيه وهى العقيدة، هـذا هو الأساس الذى يجب أن ينطلق منه الاعلام الاسلامى فى المرحلة القادمة لأن فكرة القوميات فكرة دخيلة على الاسلام نقلها أعداء الاسلام إلى العالم الاسلامى كما سبق القول ؛ لتكون سببا فى إضعاف وحدة المسلمين وتمزيق شملهم وهى دعوة مشبوهة، بدليل أن الذى روج لها فى قلب العالم الاسلامى هم نصارى الشوام الذين تتلمذوا على أيدى المستشرقين والمبشرين من أمثال بطرس البستانى وميشيل عفلق وفرح أنطون وجورجى زيدان وأدونيس وغيرهم .

لقد ظل الاعلام فى الدول الاسلامية فترة طويلة من الزمن يعزف على نغمة القومية ، وبعد أن كان المسلمون يستمدون وجـودهم وتشريعاتهم على أساس الاسلام حلت القوميات محل الدين ، ووضعت قوانين ودساتير على أساس من المصلحة القومية والسياسية دون إرتباط بالشريعة الاسلامية .

فتركيا صنعت لنفسها قومية ، وإيران صنعت لنفسها قومية ، والعرب صنعوا لأنفسهم قومية ، وضاع الاسلام بين القوميات البغيضة ، وعلى أساس المصالح القومية البحتة . وقفت بعض الدول العربية مع النصارى ضد إخوانهم المسلمين فى الفلبين حيث أيدوا موقف ماركوس الصليبى ،

= الإعلام الإسلامى فى مواجهتها بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى ، مركز صالح كامل ، جامعة الازهر ، ص ١

وفى مشكلة كشمير وقفت مصر الاسلامية وبعض الدول العربية مع الهند الوثنية ضد باكستان الاسلامية ، وفى مشكلة ارتيريا وقفوا مع أثيوبيا الصليبية ضد ارتيريا المسلمة وفى مشكلة قبرص وقفوا مع القبارصة ضد الأتراك المسلمين(١) .

ومن هنا فإن خطة الاعلام الاسلامى واستراتيجيته لابد أن تنطلق من شعار الوحدة الاسلامية الشاملة وأن تحاول الكشف عن خطورة النزعات الوقتيه والعرقيه فى العالم الاسلامى من خلال مختلف وسائل الاعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية ، كما يجب على الاعلام الاسلامى ، أن يتبنى فكره الدعوة إلى الوحدة الاسلامية القائمة على أساس من العقيدة فهى جنسية المسلمين وقوميتهم ، فالوحدة الاسلامية اليوم ضرورة تفرضها ظروف العصر ومقتضيات السياسة العالمية ، ولا مكان للمسلمين فى عالم اليوم إلا إذا توحدوا .

• • •

(١) المرجع السابق ، ص ١٤

الأصالة أو المعاصرة أو الدولة الدينية أو المدنية

يختلف التوجه الاعلامى فى الدول العربية والإسلامية اختلافا بينا ، فهناك إعلام يدعو إلى ما يسمى الأصالة والدعوة إلى إستلهام التراث الإسلامى . على أنه أساس لكل إصلاح منشود ، فى حين هناك توجه آخر يرنو نحو المعاصرة ويعتبر الأصالة أو الدعوة إلى إستلهام التراث ، السلفية ، ردة رجعية وأنها بمثابة العقبة الأولى ، بل والكبرى فى سبيل أية حركة من حركات التنوير أو التقدم، وتعنى فى مفهوم هؤلاء أنها الاستمساك بالمواريث التى كان الآباء والأجداد يمارسون الحياة على أساس منها(١) مع أنها فى فكر من يدعو إلى الأصالة تختلف عن هذا المفهوم فهى تعنى فى مدلولها الخاص الاقتداء برسول الله صلى الله عليه وسلم فى أقواله وأفعاله وتقريراته، وتحقيق القدوة فى شخصه كما يشمل الاقتداء بنهج الصحابة والتابعين ، ومن تبعهم من أهل القرون الثلاثة الأولى . ومن تبعهم من شيوخ الإسلام المحافظين على طريق السلف من الأوائل مع تباين العصور وتجدد المشكلات .

ولكن تصوير الأمر على هذا النحو خطأ جسيم إذ أنه ينبغى أن نمزج بين الدعوتين دعوة الأصالة والمعاصرة فى إطار ما يخدم أهداف الأمة الإسلامية ، ويعمل على تقدمها ونهوضها دون إفراط فى السلفية أو تفريط فى الأخذ بالمدنية الغربية ودون الافتئات على المقدسات الإسلامية والنصوص الصريحة وروح الإسلام وجوهره ، فالاعلام الاسلامى هو

---

(١) صحيفة الاهالى بتاريخ ٢ / ٦ / ١٩٩٣ السلفية والتنوير رؤية قرآنية ، د . محمد أحمد خلف الله .

(٢) محمد قطب الدولة الإسلامية والحكومة المدنية ، انظر أيضا محمد قطب ، واقعنا المعاصر ، السعودية ، مؤسسة المدينة للصحافة ، ص ، ٣ ، ١٩٩٠ م ، ١٤١٠ هـ ، ص ٢٢ : ٢٣

الذي يستمد مقوماته من الاسلام دون أن يغفل في الوقت ذاته مستجدات العصر وقضاياه، فليس من الخيار المطروح دائما أمام الاعلام الاسلامي التقوقع والنظر إلى الماضي، بل النظر إلى المستقبل مع الحفاظ على تراث الأمة ومقدساتها.

لكن يلاحظ أن هناك تيارا في الساحة الاعلامية الآن على مستوى الوطن العربي والاسلامي، يعمل على تهيئة المضمون الثقافي والاعلامي في وسائل الاعلام لتقبل النشاط العلماني، الذي يضع الدين موضع الجدل والنقاش، وتلك صورة تكونت لدى الداعين إليها منذ ما يسمى بعصر التنوير في أوربا وموقفهم من الدين والدولة ففصلوا بين الدين والدولة، وقالوا مقولة السيد المسيح ما لقيصر لقيصر وما لله لله، بينما الدين الاسلامي ليس فيه مثل هذا النص، وليس هو ذاته محج بوضع كوضع كهنة أوربا فالبون بينهما شاسع، فالعلمانية - أو الفصل بين الدين والدولة - نشأت في أوربا نتيجة لظروف معينة ليس لها نظير في الاسلام ولا في تراثه ولا تاريخه. ومعنى أن تسيطر العلمانية على الخطاب الاعلامي في الدول الاسلامية والمجتمع الاسلامي أن تقوم التشريعات على غير أساس من الدين، لا شك أن هذه التوجيهات تنم عن حالة صراع في الفهم تفصم المسلم عن إسلامه، فهو يود أن يوازن بين معتقده الاسلامي الذي يعيش بين حضارته وبين صبغه بالحياة ذات النمط الغربي فهو ضياع تاريخي(١).

لذلك كان على الاعلام الاسلامي أن يحمل على عاتقه مسئولية التأكيد على خصائص الأمة ومقوماتها، وأن الاسلام هو أهمها وفيه حياتها ومستقبلها، تلك هي أبرز مسئولية الاعلام في توحيد توجهات الأمة في

---

(١) د. محمد إبراهيم الفيومي، فلسفة خطاب الإعلام العربي بين التبرير والتغيير، مرجع سابق ص ٧، ٩

المرحلة الجديدة أو القادمة وذلك هو البديل المطروح أمام مخططى السياسة الاعلامية الإسلامية، وذلك هو المنهاج الاساسى لنهضة الأمة العربية والإسلامية والخروج مما وقعت فيه الأمة من أمراض اجتماعية وترد فكرى وسقوط حضارى.

لقد إلتبس على عقول بعض الناس صورة التسلط باسم الدين وتحكما فى مصائر البشر، كما تختلط خطوط ورموز الصورة بما ألفوه وعرفوه من التاريخ القديم والحديث عن الحكومات الدينية من كهان أو أكليروس، وما حفل به تاريخها من تجاوزات، أما الإسلام فغير ذلك تماما، فهو لا يولى أحداً من العباد سلطة باسم الدين وليس فى الإسلام ما يسمى بطبقة رجال الدين، وليس فيه كهنوتيه من أى شكل كان(١).

ومع ذلك فيروج الاعلام لأنكار هؤلاء الملحدين والعلمانيين ولوحظ فى الآونة الأخيرة بالذات أن هناك جماعة منظمة فى بعض البلاد العربية يقودها تحالف الشيوعيين والعلمانيين، بدأت منذ فترة للمطالبة بسياسة ما يسمى تجفيف ينابيع التدين والهجوم على التيارات الإسلامية، ففى بلد مثل الجزائر هناك هجوم على حزب حماس الإسلامى الذى يرأسه الشيخ نحناح وكذلك حزب النهضة، بل وشارك التيار البربرى الفرنسى الذى يتزعمه سعيد سعدى مع الشيوعيين، ومن خلال البلديات التى عينت الحكومة أنصارهم فيها بعد حل البلديات الإسلامية فى تصفية المشاريع التى سبق أن بدأها الإسلاميون، وصدرت قرارات فعلية بإلغاء بعض الجمعيات الخيرية والثقافية الإسلامية، وشارك فى إصدار هذه القرارات وزير التعليم وهو ماركسى سابق(٢).

---

(١) محمد قطب، الدولة الإسلامية والحكومة الدينية ص ٥

(٢) الشعب بتاريخ ٢١ / ٥ / ١٩٩٣ الجزائر تطبق تعاليم اتاتورك.

وهذا الوضع نجد نظيرا له فى مصر ، فالتيار العلمانى فى مصر من أقوى التيارات العلمانية الموجودة فى الوطن العربى والاسلامى، وهو تيار قديم وله حضور وصوت عال فى أجهـــزة الاعلام ، التى يسخرها العلمانيون والشيوعيون للترويج لأفكارهم وأفكار من هم على شاكلتهم من أمثال سلمان رشدى وسعيد عشماوى ود نصر أبو زيد وعلى الدالى ولطفى الخولى وأحمد عبد المعطى حجازى وغالى شكرى ود. أحمد خلف الله ، وسليم عزوز ود. سعيد النجار ود. رفعت السعيد وغيرهم .

فبعض العلمانيين من أمثال نصر أبو زيد يرى أن نصوص القرآن تمثل ماضيا وليس لها فى الحياة المعاصرة أية دور ، وأن النصوص الشرعية إنما نزلت لتنظيم مجتمعات بشرية مضت وانقضت ، ولا مجال لها فى عصورنا الحديثة ، بل إنهم يعلنون رفضهم للاسلام ودين الله ، ورغم أنه لا توجد فى خبرة التاريخ الاسلامى على امتداده فضلا عن الأصول المنزلة تجربة حكم واحدة تعد نموذجا لدولة دينية أو حكم ثيوقراطى ، إلا أن بعض العلمانيين يؤكد أن تاريخ الدولة الاسلامية يشير إلى أنها دولة دينية بالمعنى الأوربى أو الكنسى، بل يذهب أنها تشبه أوربا فى العصور المظلمة ، وأنه بناء على ذلك يجب الفصل بين الدين والدولة . . وأن نفعل مثلما فعلته أوربا، حتى نحرز التقدم المزعوم فى رأى الكاتب(١) .

حتى أن التعليم والمناهج الدراسية لم يسلم من أيدى العابثين والعلمانيين ، لقد انفصلت الدراسات الاسلامية من مناهج التعليم ، وحذفت من كتب التاريخ الاسلامى المعارك التى خاضها الرسول ضد اليهود !! فضلا عن أن معظم المعلومات عن الاسلام مستمدة مما كتبه المستشرقون من أخبار مغلوطة وروايات ملفقه ، وباسم التطوير ألغى أثر الحضارة الاسلامية

---

(١) الاحرار بتاريخ ٥ / ٤ / ١٩٩٣ مقال عمودى لسليم عزوز .

والعربية أما التأثير الأوربى على المجتمع المصرى فقد أصبح واضحا فى كتب التعليم بما يفقد الطالب الثقة فى ذاته وأمته حيث يضعف لديه الوعى بما أنجزته الحضـــارة الاسلامية والعربية وأضافته إلى التراث الانسانى(١) .

كل ذلك يجعلنا نقول أننا أمام هجمة شرسة تستهدف الاسلام والمسلمين هجمة من كل الجهات محلية وعالمية ، فهناك عملية إبادة للمسلمين فى البوسنه والهرسك والفلبين وفلسطين ولبنان ، ولكن ليس غريبا أن يهاجم أهل الفرنجة الاسلام والمسلمين ، فهم يرونه أنه خطر عليهم ولكن الأغرب أن يهاجم الاسلام فى عقر داره ، أو أن يهال التراب على بعض رموزه من العلماء والأئمة الأفاضل كالشيخ الغزالى والشيخ الشعراوى والشيخ عمر عبد الكافى من المعاصرين ، ومن القدماء من امثال الشيخ حسن البنا وجماعته « الاخوان المسلمين »(٢) سواء اتفقنا أم اختلفنا معهم ، يكتب على الدالى فى صحيفه الجمهورية بعنوان « صوت الاسلام أم صوت الشيطان » يتهم الإخوان المسلمين بأنهم هم المؤسسون للارهاب فى مصر بل يقول بالنص : (إن رأس الأفعى هى جماعة الاخوان المسلمين ، إنهم ليسوا صوت الاسلام كما زعموا بل هم صوت الشيطان ـ هذه الجماعة ليست إذن غير عصابات إجرامية وليست تيارا إسلاميا على الاطلاق

---

(١) الأهرام بتاريخ ٦ / ٤ / ١٩٩٣ مقال بعنوان فتنة فى الأرض وفساد كبير بقلم فهمى هويدى .

(٢) مجلة أكتوبر ١٣ / ٦ / ١٩٩٣ : قال بعنوان اتقوا الله فى الشيخ الشعراوى بقلم حامد دنيا الشعب ٢٥ / ٥ / ١٩٩٣ مقال بعنوان هذا دنيا الشيخ الغزالى . روز اليوسف بتاريخ ٥ / ٤ / ١٩٩٣ مقال بعنوان وحيد حامد ، حوار الأسبوع .

ذلك أن الاسلام يعرفه ملايين المصريين أكثر مما يعرفه حسن البنا(١) ، هكذا يصب الكاتب جام غضبه دون موضوعية ودون تفرقة بين ما لهم من إيجابيات أو سلبيات .

لقد انتهز التيار العلماني ما تعرض له مصر من أخطار وخاصة ما يسمى بالارهاب والتطرف ، الذى يحمل رايته أناس هم أبعد ما يكونون عن الاسلام ، انتهز التيار العلماني هذه الفرصة للهجوم على كل ماهو إسلامى واستخدموا فى ذلك السلاح الذين يدعون لمقاومته استخدموا الارهاب الفكرى للدفاع عن أحد رموز التيار العلماني عندما رفضت جامعة القاهرة ترقيته إلى درجة أستاذ ، وأثبت التقرير العلمى الذى تقدمت به اللجنة الدائمة أن الانتاج الذى تقدم به لا يرقى إلى هذه الدرجة ، ولكن نظرا لانتماء الدكتور نصر أبو زيد إلى التيار العلماني أبت بعض الأقلام إلا أن تثير حربا شعواء على أعضاء اللجنة ، وعلى رأسهم الدكتور عبد الصبور شاهين على اعتباره رمزا من رموز التيار الاسلامى فى جامعة القاهرة - فى الصحف القومية والحزبية(٢) ، والدفاع عن الأفكار الالحادية باسم حرية الفكر ، وبرزت أسماء معروفة باتجاهها اليسارى والعلماني مثل لطفى الخولى وأحمد عبد المعطى حجازى .

وصف لطفى الخولى جامعة القاهرة بأنها كتاب سيدنا وأساء إساءة بالغة إلى هذه المؤسسة العلمية العريقة التى أنجبت أشهر مفكرى مصر وعلمائها(٣) .

ويصف أحمد عبد المعطى حجازى فى مقال له بالأهرام الدكتور

---

(١) الجمهورية بتاريخ ٤ / ١٩٩٣ م

(٢) عقيدتى ٣ / ٤ / ١٩٩٣ م . مقال بعنوان : الهجوم المنظم على جامعة القاهـــرة .

(٣) الأهرام بتاريخ ٧ / ٤ ١٩٩٣ م

عبد الصبور شاهين بأنه أهدر القيمة العلمية فى التقرير الذى قدمه فى إنتاج الدكتور نصر أبو زيد(١) ، وتتهم الأهالى الذين رفضوا ترقية أبو زيد بسرقة الأبحاث العلمية والتشكيك فى ذمتهم المالية(٢) .

ولا يمكن تفسير هذا الحشد الاعلامى من المقالات والتعليقات إلا على أنه حملة منظمة لترهيب الجامعة والإساءة إليها ، وإظهار قوة التيار العلمانى وفرض إرادته ومناصرة رموزه، والتمكين لهم فى المؤسسات العلمية ، ومنها جامعة القاهرة ، وقتل الصحوة الإسلامية والتشكيك فى القرآن وخلط الحقائق ، حتى تظهر العقيـــدة الإسلامية أمام النشىء وأمام المؤمنين مزعزعة(٣) .

ولكن البديل المطروح لكل هذا هو إستلهام روح الإسلام وتفهم الشريعة الإسلامية بروح عصر أن تستنبط من مصادرها الموثقة ماينفع الناس ، وفهم الإسلام فهما جيدا على أنه استمرار لدعوة الحق التى جاء بها النبيون والمرسلون وتقديمه للناس فى صورته السمحة ، وبيان ما فيه من مبادىء سامية وقيم نافعة ، ومعطيات حضارية وإنسانية .

التنمية أو التبعية :

العالم الإسلامى فى جملته ينتمى إلى العالم الثالث برغم التفاوت الكبير بين دوله وشعوبه فدخل الفرد فى بنجلاديش فى متوسطه السنوي يبلغ ثمانين دولارا ، بينما يزيد فى دول الخليج عن ١٨ ألف دولار رغم ذلك فإن العالم

---

(١) الاهرام بتاريخ ٧ / ٤ / ١٩٩٣ م

(٢) الاهالى ٧ / ٤ ١٩٩٣ م

(٣) الحقيقة ١٢ / ٦ / ١٩٩٣ - مقال بعنوان يا دكتور تنوير أم تضليل كتبه محمد إسماعيل للرد على الدكتور أحمد خلف الله فى مقال له نشر بعنوان « السلفية والتنوير رؤية قرآنية » .

الاسلامى يقع أغلبه فى نطاق الدول النامية ، لأن التنمية الشاملة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لم تتحقق فى تلك البلدان البترولية بالقدر الذى يخرجها من إطار العالم الثالث(١) .

إذن فالمجتمع الاسلامى يحاول الخروج من هوة التخلف ، ولكنه لم يصل بعد إلى التقدم أو النمو المنشود ، فالاعلام الملائم له هو إعلام المجتمع الانتقالى الذى يستمد مقوماته من أن الاتصال يجرى فى الاطار التقليدى ، ويسعى إلى النموذج التنموى العصرى ، ويواجه الأزمات والتغيير(٢) .

وتستطيع وسائل الاعلام أن تقوم بدور كبير فى عملية التنمية ، حيث تساعد على نشر الأفكار الجديدة بين الجماهير وخلق الجو المناسب للتنمية اليومية ، ودعم التطور ومضاعفة التعـــليم ، وتهيئة الجو الملائم للتصنيع والأخذ بأسباب المدنية ، ورفع المستوى الفكرى والوجدانى بين الجماهير(٣) .

فالاعلام قوة حضارية تعمل على توسيع الآفاق وتلاقى الأفكار بين الاتجاهات التقليدية المنعزلة فى المجتمع والاتجاهات التقليدية والدولية الحديثة ذات الآفاق الرحبه العريضه(٤) ، وهذا يؤدى إلى دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وارتفاع مستوى المعارف والمعلومات وتقوية الدافع إلى التحصيل والانجاز والتطلع . لذلك فلابد من مشاركة الاعلام الاسلامى فى النهضة التنمويه عن طريق الاعلاميين المتخصصين فى الاقناع والتأثير فى الجماهير .

---

(١) د . محمد سيد محمد ، الإعلام والتنمية . ط ٤ ، دار الفكر العربى ١٩٨٨م
(٢) د . السيد عليوه استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ص ٢٥٨
(٣) د . إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع سابق ص ٤٠٦
(٤) المرجع السابق ، ص ٤٠١٩

وبالرغم من أن المجتمع الاسلامى يواجه قضيه الدين وحكم الدين فى تفاصيل حياته إلا أنه يتمتع بمساحات شاسعة لحركته وحرياته واختياراته وعلى هذا الأساس تصبح التنمية الاسلامية قضية عقائدية من وجهة نظر المسلم، حيث أنه مكلف شرعا باعمار الأرض والانتفاع بخيراتها ونصوص القرآن واضحة فى ذلك كل الوضوح(١) .

كل هذا يؤكد على مسئولية الاعلام الاسلامى ودوره فى الدعوة إلى التنمية والانتقال بالمجتمع الاسلامى من التخلف إلى التقدم وتحقيق الاتفاق والتعاون بين أفراد الشعوب الاسلامية عن طريق الاقناع وليس العنف بمعنى الاعتماد أساسا على الاقناع فى السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة(٢) .

فضلا عن ذلك فإن هناك مهمه أساسية للاعلام، وهى أن يجعل المواطن العادى يحس بمشكلة التنمية ليس داخل قطره فحسب، وإنما داخل الوطن العربى الاسلامى ككل وبأبعادها القومية الحقيقية .

كذلك يستطيع الاعلام بما له من دور فعال فى مجال التنمية بكل أبعادها، أن يؤدى دوراً كبيراً فى توضيح رؤية الاسلام وتوجيهاته فى الحث على العمل والابتكار واستخدام جميع وسائل الانتاج المتاحة فى جميع مجالات العمل مع مراعاة الدقه والاتقان والجودة، وكل ما من شأنه أن يحفظ لهذه الأمه كيانها وهيبتها وأمنها واستقرارها ويجعلها مرهوبه الجانب .

وهناك أيضا مجالات أخرى لا تقل شأنا عن المجال الاقتصادى وهى المجالات الاجتماعيه والثقافيه حيث يسهم الاعلام فى التصدى للعادات

---

(٢) د. محمد سيد محمد، الاعلام والتنمية، مرجع سابق ص ١٢٦

(٣) المرجع السابق، ص ٣٣٣

والمفاهيم الخاطئة والتقاليد البالية التى تعوق حركة التنمية الشاملة فى المجتمع الإسلامى ، ولا سيما تلك العادات والتقاليد التى لم تعد تناسب العصر الحاضر ، ولا تتفق مع صحيح الدين ، لذلك ينبغى لمواجهة هذه الأمور تقديم الصورة المثلى للمسلم المعاصر ، ونشر وغرس المفاهيم والعادات الصحيحة والقيم الجديدة المستمدة من روح الإسلام وتتوائم مع العصر الحاضر ، وتتناسب أيضا مع مطلب التقدم والتطور التى تنشده المجتمعات الإسلامية فى كل مكان .

إن الأهداف الأساسية التى يجب أن يكرس لها الإعلام الإسلامى الآن أيضا هى : الإسهام فى التنمية القومية الشاملة ، وتحقيق العدالة الاجتماعية والتضامن العربى والإسلامى ، وتحرير التراب الإسلامى من السيطرة الصهيونية والأجنبية فى كل بقعة من الأرض الإسلامية ، وتزويد الشعوب الإسلامية بكل ما هو جاد وضرورى للتقدم ومواكبة العصر ، وتسليحهم بالوعى السياسى والقومى ، ومواجهة تيار التغريب والتبعية فى كل مظاهرها وأشكالها ، سواء كانت تبعية إعلامية أو تكنولوجية أو ثقافية وغيرها(١)

---

(١) د. عواطف عبد الرحمن ، دراسات فى الصحافة العربية المعاصرة ، بيروت ، لبنان ، دار الفارابى ، ١٩٨٩ ص ٥٩ ، ٦٧

الخـــاتمة

يتضح مما تقدم خلال هذه الأطروحة مدى الأهمية التى يمكن أن تدرك من وضع إستراتيجية للاعلام الإسلامى فى هذا العصر ، الذى يتسم بالتقدم الهائل فى تنقية الاعلام والاتصال وثورة المعلومات على المستوى العالمى والإقليمى ، وسط هذه الظروف التى تمر بها الأمة الإسلامية ، والتحديات الفكرية والاقتصادية والسياسية التى تواجهها .

وتؤكد أن التخطيط الاعلامى القائم على أسس من الدراسة وبعد النظر يمكن أن يؤثر فى قرارات الأمة ، وتحويل مجرى تفكيرها تجاه بعض القضايا التى تمس ماضيها وحاضرها ومستقبلها .

وأن الاستغلال الأمثل لإمكانات وسائل الاعلام فى العالم الإسلامى لا يمكن أن يتم إلا من خلال تخطيط علمى سليم ، وفى إطار سياسة إعلامية عريضة ، وإستراتيجية طويلة المدى ، من خلال تصور واضح تكون الإمكانات فيه محدودة ، والأولويات معروفة وأن يكون هناك تنسيق وتكامل بين المواد الاعلامية فى الصحافة والإذاعة والتليفزيون ، والكتاب الإسلامى ، بحيث لا يحدث تعارض بين ما تقدمه هذه الوسائل من قضايا وما تعالج من مشكلات ، وإستغلال لجميع أدوات التعبير والأشكال الفنية بما فيها الدراما ، للتعريف بأمور الدين والقضايا الإسلامية ، شريطة أن تستخدم هذه الأدوات والأشكال الفنية فى إطار قيم الإسلام ومبادئه ومعتقداته .

إن الهدف من وضع إستراتيجية للاعلام الإسلامى هو أن يتحقق لنظام الاعلام الإسلامى ومؤسساته الفعالية والكفاءة العالية والمستوى الجيد فى المضمون والأداء ، وتحقيق الأهداف والاستخدام الأمثل

للإمكانات والإرتقاء بالأساليب ، والاستفادة القصوى من التقدم العلمى الكبير فى مجال البحوث العلمية والاعلامية والتقنية العالية فى مجال الاتصال والحاسبات الالكترونية المتطورة ، التى ترتب على إستخدامها تأثير الاعلام على العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين دول العالم بصفة عامة وعالمنا الإسلامى بصفة خاصة .

وجعل لوسائل الاعلام تأثيرا على قراراتنا وأسلوبنا فى الحياة وبسبب ذلك فإن عبئا ثقيلا يقع على أكتاف الذين يخططون ، والذين يعملون فى وسائل الاعلام ، فاتساع نطاق البث المباشر الذى صار يمكن المحطات التلفيزيونية العالمية من تجاوز الحدود البعيدة ، وإقتحام واقعنا الإسلامى يلفت النظر إلى ضرورة المسارعه إلى تنمية قدراتنا الاعلامية فى مجال الإذاعة المرئية بالذات ، حتى نصبح قادرين على الصمود فى مواجهة ذلك الغزو الجديد .

ومن هنا تبرز أهمية وضع إستراتيجية بعيدة المدى للاعلام الإسلامى تحقق هذه الأهداف المنوطة بالاعلام الإسلامى من خلال رسم سياسة إعلامية مثلى ، تستطيع مواجهة الحملات الاعلامية الشرسة المتوالية ضد الإسلام والمسلمين ، وأن تقوم بتزويد الرأىالعام العالمى بالرؤية الإسلامية للقضايا المعاصرة ، وتعريف العالم كله بموقف الإسلام من العقائد والأديان والمذاهب الأخرى ، والتعرف على قضايا العالم الاسلامى ، وكيفية معالجتها إعلاميا على الصعيد الدولى ، وتحديد أولويات هذه القضايا وتوفير البرامج والمواد الاعلامية الملتزمة بمناهج الاسلام ، والتحرر من سيطرة أجهزة الاتصال المناهضة للقوى الاسلامية .

لقد أصبح من المستحيل فى ظل التطورات الحديثة فى مجال الاتصال الدعوة إلى الانعزال عن العالم الخارجى حتى لا يقع تحت تأثير الفكر الأجنبى تحت ستار أنها نتاج إنسانى عام أو ثمرة للتقدم التكنولوجى المادى

الذى لا ينتسب إلى حضارة دون أخرى أو لثقافة بعينها دون غيرها، و لتدارك ذلك الأمر لا بد من ضرورة التنسيق والتعاون فى المجال العالمى على مستوى الدول الإسلامية والعربية ، ولا سيما فى مجال البث المباشر عبر الأقمار الصناعية و توابعها ، والعمل على كسب ثقة العالم الخارجى ،

كذلك ينبغى أن يوضع فى إستراتيجية الاعلام الإسلامى أن تتوجه الرسالة الاعلامية لخير البشر جميعا ، بحيث تخدم الأهداف والمبادىء الإسلامية ، ولا تتأثر بالتوجهات المحلية لسياسة بلد إسلامى معين ، وأن تعتمد الأسلوب الإسلامى فى العمل القائم على الموعظة الحسنة والمجادلة بالتى هى أحسن ونبذ العنف كأسلوب مهما كانت ذرائعه وأسبابه .

وأن يوضع فى الاعتبار كذلك أن العالم كله ليس وحدة واحدة ، بل أن كل منطقة من العالم لها خصائصها الحضارية والثقافية ، والتى تتميز بجمهور يختلف من هذه الناحية مع الجماهير الأخرى ، وتسليط الأضواء على المعطيات الحضرية والثقافية والإنسانية للإسلام وتوظيف قيمته فى بناء الإنسان المسلم ، وإبراز عطاء الإسلام للحضارة واستمرارية قدرته على ذلك . ومراعاة المتغيرات العالمية التى يمكن أن تؤثر على سير الرسالة الاعلامية بين القائم بالاتصال ، وبين المتلقى للرسالة الاعلامية الاسلامية وإلا ستفشل خطة الاعلام الإسلامى ، ولا يتحقق الأثر المطلوب منها .

إن الارسال التليفزيونى الأجنبى والوافد يبهر المشاهدين ويتسم بالاثارة والعنف والجنس مما سيعرض المجتمعات العربية والاسلامية للخطر ، ولا بد من مواجهته بإرسال تليفزيونى عربى وإسلامى جيد لعدم القدرة على التشويش على هذه القنوات ، ومواجهة هذا الخطر يتطلب بث برامج عربية وإسلامية متميزة عبر الشبكات الفضائية ، تكون غنية بالثقافة والجاذبية وتوسيع مجال الاختيار للمشاهد العربى والمسلم بالاكتفاء عن قنوات الارسال التليفزيونى عبر أقمار صناعية مملوكة للمنظمات الاعلامية

الإسلامية تكون بديلة للقنوات الأجنبية ، ولا سيما بعد أن ظهرت قنوات تنصيرية إلى جانب القنوات التى تقدم برامج ثقافية أو تعليمية أو ترفيهية مما يحتم تضافر جهود الدول الإسلامية والمعنيين بهذا الأمر ضرورة التصدى لهذا البث الوافد الذى سيساهم بأفلامه وبرامجه ومسلسلاته فى تحقيق أهداف القوى الاستعمارية .

ولابد للإعلام الإسلامى أن يوضع فى إستراتيجيته الدور الذى يمكن أن يلعبه النظام العالمى الجديد أو التحديات التى تواجهها دول العالم الإسلامى ، وإذا كان العالم يسعى إلى تحقيق نظام عالمى جديد يقوم على أساسه علاقات الدول فى شتى المجالات ، فقد بات من الطبيعى أن يكون هناك نظام عالمى جديد يتصل بالاعلام بحيث يضمن للدول الاسلامية الاستقلال الثقافى والاعلامى الأمثل ، لأن هذا الوضع هو أخطر المتغيرات التى ظهرت فى الوقت الحاضر .

إن من يقوم بعملية رصد لمسار حركة الاعلام الغربى فى الحقبة الأخيرة يدرك أن هناك ظاهرة التوجه فى حركة الاعلام ضد المجتمعات الإسلامية وأن هناك حملة منظمة تظهر بين فترة وأخرى لإذكاء روح العداء بين الغرب والدول الإسلامية والعربية ، مما يلقى على عاتق الاعلاميين المسلمين مسئولية التصدى لمثل هذه الحملات بالحوار العقلانى والتفاعل الحضارى والانتاج الاعلامى الجيد .

وإذا كان الوضع الدولى يشهد مرحلة تعتبر منعطفا تاريخيا فى عالم اليوم حيث يعاد تشكيل التوازن الدولى بعد سقوط الاتحاد السوفيتى وتكوين ما يسمى بالكومانولث الجديد ، فإن البحث عن رؤية إعلامية إسلامية حضارية وعالمية أمر واجب حيث يعيش هناك حوالى ٨٠ مليون مسلم يشكلون أكبر تجمع إسلامى فى العالم . فخطة الاعلام الإسلامى لابد أن

تحتوى على منهج عقدى يقدم إلى هؤلاء المسلمين فى إطار عصرى ، حتى لا يتعرضوا للضياع أو التمزق أو تحتويهم مذاهب وأيدلوجيات بعيدة عن الإسلام .

وليس المطلوب فى هذا المجال إصدار بيانات عاطفية أو نشرات مطبوعة، بل ينبغى الاتصال المباشر عن طريق القنوات الدبلوماسية والسياسية والاعلامية للعمل على ضم هذه الدول إلى أية منظمة أو مؤتمر إسلامى .

وأخيرا يستطيع الاعلام الإسلامى القائم على التخطيط السليم وعلى أسس واضحة من العقيدة والقيم الاسلامية ، أن يسهم فى الحفاظ على الذاتية الثقافية والهوية العربية والاسلامية ، ويحمى كيان الأمة من الذوبان فى الثقافة العالمية ، أو ما يعرف الآن بالغزو الثقافى الاعلامى الذى أصبح حقيقة تاريخيه يعيشها العالم المعاصر .

وما توفيق إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب ؟

توصيـــات

نضم هنا بعض التوصيات التى يخرج بها البحث مع بعض التوصيات المقترحة خلال المؤتمرات والندوات الاسلامية فى مجال الاعلام الاسلامى بالاضافة إلى بعض البحوث والكتب التى تضمنت توجيهات أو توصيات تفيد فى هذا المجال ، واستخدمت كمراجع فى البحث ومن أبرز هـــذه التوصيات والمقترحات التى تعد خلاصة لأفكار المنشغلين بالاعلام الاسلامى هى :

- انبثاق الاعلام الاسلامى من العقيدة الاسلامية الصافية السليمة كما جاءت فى الكتاب والسنة ، وتفنيد الملل الضالة والنحل المنحرفة والطوائف الشاذة . . فالاعلام الاسلامى لا ينهض إلا فى ظل العقيدة الاسلامية ولا يكتب له النجاح إلا إذا استهدف حذفها وتطبيق مبادئها من خلال بث برامجه وأهدافه .

- العمل على توحيد صف المسلمين ، ورأب الصدع بينهم فلا تنازع فى الأهواء ولا تعصب للمذاهب ولا تحيز للأشخاص على حساب الاسلام .

- التزام الصدق فى كل حال فى تقرير الحقائق والتزام جانب الحق والتزام الجانب الخلق فى العمل الاعلامى الاسلامى وصدق الكلمة .

- إنشاء مجلس أعلى إسلامى للإعلام تشترك فيه كافة أجهزة ومنظمات الاعلام الاسلامى الدولية الحكومية والأهلية ، يتولى التنسيق بين كافة الأجهزة والمنظمات والتخطيط على المستوى الدولى وإدارة مؤسسات التدريب والتعليم الاعلامى على المستوى الدولى ويتبع هذا المجلس مجالس فرعية فى معظم البلاد الاسلامية .

- دعوة الاعلاميين والمفكرين والمثقفين المسلمين لاستلهام الثقافة والحضارة الإسلامية فى مختلف المجالات وبيان قدرة الفكر الإسلامى على إستيعاب مختلف أشكال المعرفة والعلوم الحديثة اللازمة لتنمية المجتمعات وتطورها واستقرارها .

- العمل على تطوير الصحافة الإسلامية لتحقيق الانفتاح على كافة المجتمعات والقضايا المختلفة من خلال المعالجة الموضوعية والأساليب الصحفية الفنية وتقنياتها الحديثة ولتعبر بصدق ووضوح وموضوعية عن القضايا الحياتية للجماهير ، ولتلبى حاجات مختلف الفئات من الأطفال والشباب والمرأة من النواحى الدينية والثقافية والاجتماعية والسياسية وتوجيه الشعوب نحو الاصلاح والتنمية والبناء والعمل .

- تشجيع التأليف والترجمة فى مجالات العلوم الإسلامية والاعلامية عن طريق إنشاء اتحاد للمؤلفين وتخصيص إعانات لها ومكافآت مجزية للتشجيع على التأليف باللغات المختلفة .

- إنتاج برامج سينمائية وتليفزيونية وإذاعية مسجلة على أشرطة فيديو وكاسيت وأفلام سينمائية جيدة التأليف والتصوير والطبع لتغطية إحتياجات العالم الإسلامى فى هذا المجال .

- ضرورة توفير الحرية الكاملة لوسائل الاعلام فى الدول الإسلامية على أن يقابل هذه الحرية التزام الاعلاميين بالقيم الإسلاميين ، والتزام أجهزة الاعلام باتاحة للفرصة للرأى والرأى الآخر احتراما لحق الإنسان .

- ضرورة التحرك السريع والواعى بأبعاد المرحلة الحالية بكل تحدياتها وخطورتها لمواجهة الخطر القادم من خلال الغزو السافر للبث المباشر بمحطاته الإذاعية « راديو - تليفزيون » والذى يهدف إلى تشويه عقائد الأمة والتشكيك فى قيمتها وذلك بإنتاج برامج متطورة على مستوى علمى

متقدم تواجه البرامج الموجهة إلينا فى إطار خطة منظمة وهادفة لتثقيف الفرد المسلم وتحصينة ضد الثقافات الوافدة والغريبة على مجتمعنا الإسلامى .

- تبنى وزراء الاعلام فى الدول الإسلامية مواثيق شرف للإعلام الإسلامى الصادرة عن المؤتمرات والندوات السابقة وتحويلها إلى دساتير ومناهج عمل يلتزم بها العاملون فى قطاعات الاعلام الرسمية .

- العمل على إنتاج مواد وبرامج خاصة للأطفال ذات بعد إسلامى يمكن استخدامها فى مختلف محطات وقنوات الإذاعة والتليفزيون للدول الاسلامية مع مراعاة عمومية الفكرة وإستخدام الأفكار والمفردات المشتركة بين الدول الإسلامية .

- الاهتمام بالفنون الدرامية والأعمال الفنية المتميزة فى المجالات المختلفة التى تخدم مصالح الأمة وتبرز محاسن الاعلام، ومقاصد الشريعة كأسلوب تثقيفى وتربوى مقبول ومعالجة هذا كله من منظور إسلامى هادف وملتزم .

- تعزيز الجهود المبذولة بمراكز المعلومات الإسلامية ووحدات الأبحاث وفى مجال البحوث والدراسات، وتوجيهها نحو القضايا الإسلامية الرئيسية والدراسات المستقبلية بهدف توفير المادة الاعلامية المناسبة للإعلام الإسلامى .

- العمل على الاستفادة من كافة وسائل الاتصال الجماهيرى المتاحة لنقل وجهة نظر الإسلام فى مختلف القضايا ، وخاصة ما يتعلق بالسلام العادل والعدل وحرية الشعوب ورفع الظلم عن بنى البشر ولإكتساب التأييد للقضايا الإسلامية العادلة .

- الاهتمام بعملية إنتاج البرامج الاعلامية الإسلامية لتكون متاحة للمؤسسات الاعلامية الرسمية وغير الرسمية وتسهيل الحصول عليها .

ـ ترشيد الخطاب الاعلامى الإسلامى للتعبير عن مفهوم ومعنى الأمة الإسلامية الواحدة بهدف تعميق معنى الأمة فى ضمير ووجدان شعوب الأمة الإسلامية ، وذلك بعد أن استحوذت المصالح الإقليمية والذاتية والجزئية على اهتمامات الاعلام فى العالم الإسلامى ، والعمل على تهيئة الرأى العام الإسلامى لقبول وتشجيع دعوة المصالحة وإنهاء الخلافات وتنقية العلاقات بين شعوب وحكومات الأمة الإسلامية واستشعار الأخطار المشتركة والشاملة الناجمة عن التمزق والتفرق .

ـ الدعوة للإلتزام بأدب الحوار الاسلامى فى معالجة القضايا الخلافية والاجتهادات بين التيارات الفكرية داخل الأمة الاسلامية وكذلك مع التيارات الأخرى مع تجنب النظرة المذهبية أو الاقليمية الضيقة التى تلحق الفروز بالدعوة والدعاة .

ـ دعوة الاعلام الاسلامى من أراء وأفكار كبار المفكرين والكتاب الصحفيين المتجردين للحق والعدل والسلام فى العالم والتعرف عليهم وفتح قنوات التعاون معهم ونشر إنتاجهم ، وتأكيد مشاركة الاعلاميين فى اللقاءات والندوات التى تتم فى هذا المجال .

ـ دعم الاعلام الاسلامى من خلال الهيئات والمنظمات الاسلامية لتمكينه من تبليغ كلمة الله ، والتعريف بعدالة القضايا الاسلامية والتصدى لحملات التشويش والتزييف .

ـ الاهتمام بالتوثيق فى مجال الاعلام الاسلامى ، ودعوة المنظمات الاسلامية لانشاء وحدات توثيق بها لتجميع الانتاج الفكرى فى كافة الأنشطة التى تقوم بها ، وذلك بهدف تجميع وتوثيق الانتاج الفكرى لكل المنظمات الاسلامية منذ إنشائها والافادة من هذا الانتاج فى مواصلة مسيرة النهضة الفكرية الاسلامية .

- إصدار ميثاق الشرف الاعلامى الاسلامى الذى يشمل القيم والمبادىء الاسلامية التى يجب أن يلتزم بها الاعلاميون الاسلاميون وتكون نبراسا لأعمالهم .

- إصدار بطاقة إعلامية يحملها كل ملتزم من رجال الاعلام المسلمين.

- تشجيع إنشاء منظمات واتحادات دولية إسلامية جديدة فى المجالات الاعلامية التى لا يوجد بها منظمات من هذا النوع كاتحاد الناشرين المسلمين واتحاد وكالات الأنباء الاسلامية لتحقيق التكامل بين أجهزة الاعلام فى العالم فى إنتاج المواد الاعلامية الاسلامية وتحقيق التعاون وتبادل الخبرات والمقومات الفنية فى مجال الانتاج الاعلامى .

- التنسيق بين خطط الاعلام المختلفة لتجنب التكرار والتعارض ولضمان التكامل والتعاون والاستخدام الأمثل للطاقات والامكانات والمواد .

- إنشاء محطات إذاعة فى الدول الاسلامية تتناسب مع عدد السكان .

- تقوية محطات الاذاعة القائمة فى الدول الاسلامية لتساهم مع المحطات الجديدة فى تغطية العالم أجمع .

- إنشاء إرسال تليفزيونى فى الدول الاسلامية التى لا يوجد بها محطات بعد .

- إنشاء قمر صناعى إسلامى للدول الاسلامية لاستخدامه فى تغطية العالم الاسلامى بالارسال التليفزيونى مما يمكن إدخال نظام التليفزيون العالمى فى الخطة التالية .

- إنشاء مؤسسات طباعة ونشر حديثة لتنفيذ خطة إحياء ونشر التراث الاسلامى وطباعة الصحف العالمية الاسلامية .

- توسيع مجال المعاهد والكليات المتخصصة فى الاعلام الاسلامى فى العالم الاسلامى ، ورفع كفاءتها وتدعيمها بالاساتذة والاجهزة الكافية .

- إنشاء معاهد اعلام إسلامى جديدة فى أنحاء العالم الإسلامى تتسع لسد حاجة الاعلام الإسلامى بالإعلاميين .

- إنشاء مراكز التدريب للإعلام الإسلامى والفنون المرتبطة به لرفع كفاءة العاملين فى مجال الاعلام الإسلامى .

- إنشاء مصانع لإنتاج أجهزة الاتصال ولإنتاج الخامات اللازمة لها .

- إعداد المتخصصين والفنيين فى نواحى العمل الاعلامى الفنية وذلك بالاستفادة من خريجى الكليات العلمية ومعاهد الفنون الاعلامية .

- توفير الإعلاميين الإسلاميين لتنفيذ خطط الاعلام الإسلامى من خريجى الكليات والمعاهد الإسلامية وتهيئتهم لهذه الرسالة بالتدريب على أساليب الاعلام المختلفة .

- ابتعاث العدد اللازم من الاعلاميين الإسلاميين للحصول على دراسات عليا فى الهندسة الإذاعية والفنون المرتبطة بالاعلام لسد النقص فى جهاز التعليم والتدريب فى العالم الإسلامى فى هذه التخصصات .

مصادر البحث ومراجعه

١ - د. إبراهيم إمام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة ، الأنجلو المصرية .

٢ - د. إبراهيم إمام ، أصول الاعلام الإسلامى ،القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٧ .

٣ - أمينه الصاوى ، د عبد العزيز شرف ، نظارية الاعلام فى الدعوة الإسلامية ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٧٧ م .

٤ - د. السيد عليوه ، إستراتيجية الاعلام الاعلام العربى ، القاهرة ، الهيئة المصرية للكتاب ١٩٩٠ م .

٥ - د. جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ م .

٦ - د. رؤوف شلبى ، الدعوة الإسلامية فى عهدها المكى مناهجها وغاياتها ، القاهرة ، ١٩٧٤ م .

٧ - سعد لبيب دراسات فى العمل التليفزيونى العربى ، مركز التوثيق الاعلامى لدول الخليج بغداد ١٩٨٤ م

٨ - د. شاهيناز طلعت ، الدعاية والاتصال دراسة نظارية تطبيقية على الوثائق السرية البريطانية عن ثورة مصر ١٩١٩ ، القاهرة الانجلو المصرية ١٩٨٧ م .

٩ - د. شعبان عبد العزيز خليفة ، الدوريات فى المكتبات ومراكز المعلومات العربى للنشر والتوزيع القاهرة ١٩٨٥ م .

١٠ - د. عواطف عبد الرحمن ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث ، القاهرة دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ م .

١١ - د. عبد الغنى عبود ، الحضارة الإسلامية والحضارة المعاصرة القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ م .

١٢ - د. عبد الفتاح عبد الغنى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ م .

١٣ - د. عبد اللطيف حمزة ، الاعلام فى صدر الإسلام ، ط٢ ،القاهرة دار الفكر العربى ١٩٧٨ م .

١٤ - د. عبدالوهاب كحيل الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى القاهرة ، عالم الكتب ١٩٨٥ م .

١٥ - د. عمارة نجيب ، المدخل لدراسة الاعلام الإسلامى ، القاهرة الفاروق للطباعة ، ١٩٨٢ م .

١٦ - د. عمارة نجيب ،الاعلام فى ضوء الإسلام ،ط ١ ،الرياض ١٩٨٠م

١٧ - د. على السلمى ، الاعلان ، القاهرة ، مكتبة غريب ، ١٩٧٧ م .

١٨ - د. على جريشه ، نحو إعلام إسلامى ، القاهرة مكتبة وهبه ، ١٩٧٧ م .

١٩ - د. فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال الأسس النفسية والاجتماعية القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ م .

٢٠ - محمد الهادى ، نظم المعلومات فى المنظمات المعاصرة ، القاهرة ١٩٨٩ م .

٢١ - محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازى ، مختار الصحاح ، القاهرة بدون تاريخ .

٢٢ - د. محي الدين عبد الحليم ، الاعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية القاهرة ، مكتبة الخانجى ١٩٨٠ م .

٢٣ - د. محمد سيد محمد ، المسئولية الاعلامية فى الإسلام ، القاهرة الخانجى ، ط ١ ، ١٩٨٣ م .

٢٤ - محمد سيد محمد ، الاعلام والتنمية ، ط ٤ ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٨٨ م .

٢٥ - محمد عبد الحميد ، حرب بلا قتال ، القاهرة . الشركة المتحدة للنشر والتوزيع ، ١٩٧١ م .

٢٦ - محمد قطب ، واقعنا المعاصر ، السعودية ، مؤسسة المدينة للصحافة ١٤١٠ هـ ، ١٩٩٠ م .

٢٧ - د. مصطفى المصمودى ، النظام الاعلامى الجديد ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٥ م .

٢٨ - د. مصطفى رجب ، الاعلام التربوى فى مصر واقعة ومشكلاته ، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٨ م

٢٩ - د. منير حجاب ، مبادىء الاعلام الاسلامى ، الاسكندرية ، المطبعة العصرية ، ١٩٨٢ م .

٣٠ - محمود كرم سليمان ، التخطيط الاعلامى فى ضوء الإسلام ،القاهرة دار الوفاء ، ١٩٨٨ م .

٣١ - د. محمود شريف ، نحو إعلام إسلامى عربى ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ، ١٩٨١ م .

٣٢ - محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيرى القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٩٠ م .

٣٣- د. مرعى مدكور ، الصحافة الاخبارية والمسئولية الإسلامية للمندوب الصحفى ، القاهرة دار الصحوه ١٩٨٨ م .

٣٤- د يوسف مرزوق ، مدخل إلى علم الاتصال ، القاهرة الانجلو المصرية ، ١٩٨٦ م .

٣٥- د. يونس عزيز ، نظم المعلومات الحديثة ، منشورات جامعة قار يونس ، ١٩٩٢ م .

كتب مترجمة

١ - إدوارد بيرز وأخرون ، العلاقات العامة فن ، ترجمة حسن عبدالحميد ووديع فلسطين القاهره ، دار المعارف ، ١٩٥٩ م .

٢ - بواين أترتون ، مراكز المعلومات ، تنظيمها ، وإدارتها ترجمة حشمت قاسم ، مكتبة غريب ، ١٩٧٧ م

٣ - وارن أجى . فليب هـ أولت - إيدوين أيمرى ، وسائل الاعلام ترجمة ميشيل تكلا ، القاهرة ، مكتبة الوعى العربى ، ١٩٨٤ م .

بحوث ودراسات

١ - د. إنشراح الشال ، الاعلام الاسلامى وتكنولوجيا الاتصال فى مجال التليفزيون ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى ،جامعة الأزهر ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م .

٢ - د. سعد الدين صالح ، النزعات القومية فى العالم العربى ودور الاعلام الاسلامى فى مواجهتها ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى جامعة الأزهر ، ذى القعدة ١٤١٢ ، مايو ١٩٩٢ م

٣ - د عبد الله بن عبد المحسن التركى ، تحديد مفهوم الغزو الثقافى بحث

مقدم إلى ملتقى الفكر الاسلامى التاسع عشر ، الجزائر ، شوال ١٤٠٥ ، يوليه ١٩٨٥ م .

٤ - عبد المنعم ثابت ، التخطيط لانتاج برامج إذاعية وتليفزيونية تخدم الدعوة الاسلامية ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى ، جامعة الأزهر ، ذى القعدة ١٤١٢ ، مايو ١٩٩٢ م .

٥ - فهمى هويدى . مشكلات الصحافة الاسلامية ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلامى . جامعة الأزهر ، ذى القعدة ١٤١٢ ، مايو ١٩٩٣ م

٦ - د. منير حجاب ضوابط الممارسة الاعلامية للقائم بالاتصال فى حقل الاعلام الاسلامى ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى، جامعة الأزهر ، ذى القعده ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م .

٧ - د. محي الدين عبد الحليم ، الاعلام الاسلامى ، الأصول ـ القواعد الأهداف . بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الا سلامى ذى القعده ١٤١٢ ، مايو ١٩٩٢ م

٨ - محمد عبده يمانى ، الاعلامى الاسلامى فى عصر القضاء بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى ، جامعة الأزهر ذى القعده ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م .

٩ - د. محمود عبد العاطى ، ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الاسلامية فى عرض القضايا الاسلامية بحث مقدم إلى ندوة الاعـــلام الاسلامى ، جامعة الأزهر ، ذى القعده ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٠ م

جرائد ومجلات مصرية وعربية

١ - جريدة الأهالى .

٢ - جريدة الأهرام.

٣ -جريدة الأحرار .

٤ - « الحقيقة .

٥ - « الجمهورية

٦ - مجلة الدراسات الاعلامية .

٧ - مجلة روز اليوسف .

٨ - جريدة الشعب .

٩ - جريدة عقيدتى .

١٠ - مجلة أكتوبر .

١١ - مجلة منار الإسلام الاماراتيه .

١٢ - مجلة الوعى الإسلامى الكويتية .

١٣ - مجلة اليمامة السعودية .

* * *

فهرس الكتاب

الموضـــوع | الصفحة

الحمـــد لله رب العالمين

* * *

تصويب الأخطاء

الصفحة	الخطـــأ	الصواب
٣	وتقنينـــه	وتقنيتـه
٨	هيبـه	هيبتـه
١١	دينـا	دينـــه
١١	ودينـاه	دنيـاه
٢٢	الحلق	الخلق
٢٢	أنحاء	أنحاء العالم
٢٤	للدعوه	الدعوة
٢٥	إغـلام	إعـلام
٢٦	بوضعهم	بوصفهم
٢٦	الندلى فريزو	لندلى فريزر
٢٦	د. إبراهيم	د إبراهيم إمام
٢٧	الاليـادة	الألياذة

الصفحة	الخطـــأ	الصـــواب
٣٣	اعـلال	أغـلال
٣٦	جويلر	جوبلز
٣٨	الاعلام والدعاية	الاعلان والدعاية
٥٣	يبادر	يتبـادر
٥٣	تسطيع	تستطيع
٥٧	الشيخ حين	الشيخ حسين
٥٧	بن باريس	بن باديس
٦٠	تتعدر	تتعدد
٦٣	آلهم	أمالهم
٨٠	تتحتوى	تحتوى
٨٤	إن الاعلام المقروءة	إن وسائل الاعلام المقروءة
٨٥	والآباء	والأدباء
٨٦	لبرنر	ليرنر
٩٠	بالأعمال	بالاتصال
٩٣	تنقيه	ثقنيه

رقم الإيداع ١٩٩٥/٤٨٧٣

الترقيم الدولى I.S.B.N. 977 - 55 - 9560 - 5

